Pla d'Accions i Objectius 2018

Diputació de Girona

G!rona Patronat de Turisme Costa Brava Girona

Índex

0. Introducció i objectius 4

1. Màrqueting i promoció 9

1.1 Segmentació de mercats 9
1.2 Segmentació de productes 10
1.3 Publicacions 45
1.4 Publicitat 45
1.5 Fons fotogràfic 48
1.6 Prospecció i contacte amb el territori 49
1.7 Gestió d'operadors turístics i intermediaris 49
1.8 Principals accions promocionals del 2018 per mercats 50
1.9 Fires 53

2. Desenvolupament *online* 56

2.1 Webs 56
2.2 Comunicació 2.0 57
2.3 Participació en congressos i altres accions promocionals 57
2.4 Creació de continguts 58
2.5 Anàlisi de resultats i monitoratge 59

3. Suport a les destinacions 60

3.1 Jornades - Reunions de treball 60
3.2 Convenis amb associacions empresarials 61
3.3 Tourism Data System 61
3.4 Programa de formació 360º 62
3.5 Altres 63

4. Lideratge Turístic de les comarques de Girona 64

4.1 Oficina de Turisme de l'Aeroport Girona - Costa Brava 64

4.2 Memòria anual del Patronat 64

4.3 Departament de premsa del Patronat 64

4.5 Premis G! 2018 66

4.6 Membres de l'Associació per a la promoció i el desenvolupament de les Comarques Gironines (AGI) 66

4.7 Membres de l'Agència Catalana de Turisme 68

4.8 Membres del programa «Pirineus» 69

4.9 Col·laboració amb la Facultat de Turisme de la UdG 70

4.10 Estudis d'impacte econòmic 71

0. Introducció i Objectius

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona, SA, organisme de promoció turística de la Diputació de Girona, elabora, novament, un pla d'accions i objectius (PAO) totalment treballat i consensuat amb el sector turístic gironí, tant públic com privat, mitjançant les taules de treball, els comitès executius i les assemblees dels diferents clubs de màrqueting del Patronat. Aquest model participatiu ja fa quatre anys que funciona i, a parer nostre, amb un bon nivell de satisfacció de tots els agents implicats.

Fa uns quants anys que el nombre de turistes creix d'una manera continuada, i també el nombre de pernoctacions. La despesa mitjana dels turistes també ha anat creixent en aquests últims exercicis.

La demarcació de Girona, més coneguda per les marques turístiques Costa Brava i Pirineu de Girona, és un territori amb una llarga experiència en la recepció i l'acollida de visitants, iniciades a mitjan segle XX, i actualment és reconeguda com una potència turística de primer nivell de l'arc mediterrani, amb més de cinc milions de visitants estrangers i més de vint-i-un milions de pernoctacions l'any 2016.

Això és fruit de moltes coses: una segur que és el treball promocional coherent que els organismes públics i privats, tant de l'àmbit català com del nostre territori, han dut a terme de manera conjunta en els últims anys. No podem obviar, però, que també ens hem beneficiat de la inseguretat existent en països turístics referents al món.

Ara som nosaltres els que vivim moments convulsos en l'àmbit polític i en l'àmbit de la seguretat. Hem de saber gestionar correctament els atemptats terroristes del mes d'agost a les ciutats de Barcelona i Cambrils, així com els moviments polítics en relació amb el procés d'independència del nostre país, i estar molt segurs del que fem en cada moment en l'aspecte promocional per evitar perdre la confiança que ens hem guanyat amb el temps.

Segons dades recents de l'Organització Mundial del Turisme, Catalunya, i la nostra demarcació, anirà creixent en nombre de turistes en els propers anys si no hi ha temes importants que facin canviar les decisions dels visitants o dels col·laboradors internacionals. Els més de divuit milions de turistes que van visitar Catalunya el 2016 es poden convertir en més de vint milions i mig el 2020 i arribar a una xifra al voltant dels vint-i-nou milions el 2030, càlculs fets amb les previsions de creixement més raonables.

Som ferms defensors del model turístic català, un model madur que implementa estratègies de revitalització, diversificació i diferenciació, i que aposta per la sostenibilitat, la qualitat, la competitivitat i la innovació en la indústria turística de la demarcació de Girona, a mitjà i llarg termini. Per això seguirem construint, dissenyant i millorant

aquest model conjuntament amb la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya i amb el seu òrgan executiu, l'Agència Catalana de Turisme (ACT).

A un nivell molt més intern, el Patronat entra a l'exercici 2018 amb dos temes cabdals per al seu bon funcionament.

En primer lloc, ens trobem en ple procés de reversió de la societat anònima d'economia mixta per convertir-nos en societat anònima íntegrament pública. Qüestions legals demanen que emprenem aquest camí, però volem deixar molt clar que seguirem mantenint tots els òrgans de govern de la nostra institució amb els mateixos paràmetres que actualment, és a dir, amb una gran participació de la part privada i de la resta d'institucions en el debat i la presa de decisions.

En segon lloc, tot això també comporta que entrem en el nou any amb un text de nous estatuts de la societat que haurem de portar a l'aprovació del Consell d'Administració de la nostra institució.

OBJECTIUS

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona té com a objectius promocionar les marques Costa Brava i Pirineu de Girona en els principals mercats emissors i donar suport a tot l'empresariat i a les institucions del nostre territori en l'estructuració i el suport en la comercialització dels productes i serveis turístics. També, vetllar per la millora de la competitivitat constant i per la sostenibilitat del desenvolupament de l'activitat turística. El Patronat de Turisme Costa Brava Girona s'ha fixat per a aquests últims anys continuar apostant per la innovació en les formes i els continguts de les seves accions promocionals, tant *offline* com *online*, per poder arribar als segments de mercat més específics i en les diferents fases dels processos del viatge dels turistes a la nostra zona.

La Comissió Europea ha declarat el 2018 Any del Patrimoni Cultural, i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona i l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de Catalunya el dedicaran al turisme cultural i el tematitzaran com a **Any del Turisme Cultural**.

La identitat i l'autenticitat són dos elements clau per al desenvolupament tant dels productes i serveis com de les eines de promoció i els seus canals.

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona es fixa com a objectius específics de l'any 2018 incidir fortament en el vessant cultural i identitari del territori i, consegüentment, dels productes i serveis turístics relacionats amb aquest àmbit, però també es fixa eines promocionals específiques per arribar amb notorietat a dos dels canals específics:

- Accions promocionals específiques adreçades al canal d'intermediació de cada producte.
- Accions segmentades adreçades al turista potencial amb interessos concrets i específics respecte a la motivació de viatge.

En aquest sentit, l'equip tècnic del Patronat de Turisme Costa Brava Girona incidirà notablement en accions promocionals innovadores, i directes al canal específic, amb l'objectiu d'aconseguir augmentar la representació de productes de la Costa Brava i

el Pirineu de Girona de l'àmbit cultural en els dossiers de productes dels principals operadors europeus i dels mercats llunyans que es considerin oportuns.

També es determinarà un mapa de públics, amb l'objectiu d'arribar als turistes potencials amb interès especial per a aquest tipus de producte.

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona també serà present en totes les accions que desenvolupi l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de Catalunya, en els diferents mercats emissors interessants i previstos en aquest pla d'accions, i intentarà potenciar les accions que aquesta entitat dugui a terme.

El Patronat continuarà persistint en l'estratègia de segmentació mitjançant els clubs de producte establerts, que avui ja agrupen més de vuit-centes cinquanta empreses i institucions de la nostra demarcació.

Cada club ha elaborat, mitjançant els diferents processos participatius, el pla específic d'accions de cada producte.

Tots els plans de cada producte han estat elaborats conjuntament amb el sector privat i altres institucions territorials, mitjançant els debats i les conclusions de les diferents taules de treball i comitès executius, i seran aprovats i debatuts, posteriorment, per les assemblees corresponents.

El Patronat, amb el mandat del seu Consell d'Administració de ser pragmàtic, àgil, innovador i, sobretot, d'estar al servei de les empreses i les institucions turístiques gironines, aquest 2018 incidirà especialment en set àmbits:

a. Organització i contacte directe amb agents de viatge i operadors específics, mitjançant agendes comercials i presentacions interactives en format exclusiu, amb l'objectiu de conèixer les necessitats que tenen i proporcionar solucions, serveis i productes adients al client específic.

b. Segmentació del mapa de públics objectius, per poder crear contingut *online* adequat per a aquests públics, millorar el web i l'optimització natural (SEO), crear una recopilació de continguts per poder atreure contactes específics i generar una estratègia d'inbound *marketing*. Com a punt cabdal de l'any 2018, el Patronat de Turisme Costa Brava Girona desenvoluparà i implementarà una central de reserves pròpia de serveis turístics d'allotjaments, activitats i transports.

c. Generació de contingut a través de tercers. Per incrementar la credibilitat, així com la difusió del contingut, es crearà una estratègia de difusió de contingut mitjançant prescriptors, en els diferents àmbits i diferents mitjans socials, per amplificar-ne la difusió i la confiança i per generar molt més compromís respecte a la marca turística.

d. Innovació en el sistema de presentacions per als mitjans i l'operació turística. Per primera vegada una destinació turística utilitzarà presentacions sensorials que millorin l'experiència i alhora la interactivitat, amb la possibilitat de participació dels empresaris, i, per tant, crearà una experiència i un record memorable de les nostres marques turístiques. D'aquesta manera, el Patronat també disposarà de coneixement de mercat de primera mà i podrà adequar les peticions a les necessitats concretes dels operadors.

e. Serà objectiu de tot l'equip del Patronat aconseguir incrementar la programació dels productes i serveis turístics que tenen els operadors, siguin genèrics o específics de la nostra destinació.

f. El Patronat continuarà sent part activa de l'Associació per a la Promoció i el Desenvolupament de les Comarques Gironines (AGi) per donar suport a les línies aèries i als operadors que vulguin volar directament dels seus països a l'Aeroport de Girona - Costa Brava. També coordinarà els acords de màrqueting amb aquests operadors i companyies.

g. El Patronat continuarà liderant la formació específica, mitjançant jornades i tallers específics, per millorar la competitivitat de l'empresariat de la nostra destinació, i desenvolupant el programa de formació 360°.

A continuació hem seleccionat les vint accions més representatives del total de les que s'han programat per a l'any 2018.

LES VINT ACCIONS REFERENTS DE L'ANY 2018

1. Tematització del 2018 com a **Any del Turisme Cultural** a la Costa Brava i el Pirineu de Girona.
2. **Impress Costa Brava Girona**.
3. Participació en el **Smithsonians Folklife Festival,** a Washington DC.
4. Patrocini i internacionalització del **II Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show**.
5. ***Roadshow* promocional als Estats Units i al Canadà**, a les ciutats de Nova York, Chicago, Los Angeles i Toronto.
6. ***Roadshow* promocional als Països Baixos**, a les ciutats d'Amsterdam, Eindhoven i Anvers.
7. ***Roadshow* promocional a Ucraïna i/o Bielorússia**, amb l'operador Coral Travel.
8. **Presentació de la destinació**, amb agenda comercial, **a Islàndia**.
9. **Presentació de la destinació a Manchester**.
10. **Presentacions *unique premium* i MICE** a diferents ciutats europees.
11. **Presentació de la destinació a Tel-Aviv** per a operadors i mitjans de comunicació.
12. **Presentacions sensorials exclusives d'enogastronomia** a diferents ciutats europees.
13. **Presentació de la destinació a Suïssa**, a les ciutats de Ginebra, Basilea i Lausana.
14. Creació del **nou web** de destinació turística.
15. Creació d'una **central de reserves pròpia d'allotjaments, activitats i transports**.
16. **Costa Brava 2020, Reserva de la Biosfera**, segona fase de la candidatura com a Reserva de la Biosfera.
17. Implicació total en el **projecte SIITC** (Sistema d'Intel·ligència i Informació Turística de Catalunya), de la Generalitat de Catalunya.
18. **Setmana de la Costa Brava a Londres**, amb presentacions especials de gastronomia, cultura, MICE, *unique premium* i cicloturisme.
19. **Campanya *online* «From the world to… Costa Brava i Pirineu»**.
20. Suport i primeres accions promocionals del projecte «**Boscos saludables i itineraris terapèutics**», impulsat per l'Associació Sèlvans i diferents ajuntaments gironins.

1. Màrqueting i promoció

Aquest programa defineix l'àmbit d'actuació tant en els mercats com en l'operativa dels diferents productes i segments de la demanda.

1.1. Segmentació de mercats

S'han distribuït els mercats en tres grups (mercats estrella, prioritaris i valuosos), que apleguen les àrees geogràfiques sobre les quals es basaran les estratègies de promoció segons la rellevància per al futur de la nostra destinació.

Mercats estrella

Els mercats estrella esdevenen essencials en les nostres accions promocionals i centraran els esforços més grans per la rellevància estratègica que tenen per a la nostra destinació. Per al 2018, aquests mercats són:

- França
- Regne Unit

Mercats prioritaris

Els mercats prioritaris ens ofereixen, també, oportunitats de negoci, ja sigui per les característiques de creixement, per l'interès estratègic o per la demanda efectiva de productes i serveis que ofereixen a la nostra destinació.

- Estats Units
- Alemanya
- Canadà
- Catalunya
- Israel
- Itàlia
- País Basc
- Països Baixos
- Països de l'Est
- Països nòrdics
- Suïssa

Mercats valuosos

Són els mercats que, pel potencial que tenen, mereixen atenció per aprofitar-ne les oportunitats d'actuació, segons el producte i el segment.

» Austràlia
» Àustria
» Irlanda
» Madrid i resta de l'Estat espanyol
» Polònia
» Xina i sud-est asiàtic

1.2. Segmentació de productes i clubs de producte

1.2.1. Club Cultura I Identitat

Tal com hem comentat abans, la Comissió Europea ha declarat el 2018 Any del Patrimoni Cultural, i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona el dedicarà al turisme cultural i el tematitzarà com a Any del Turisme Cultural. L'Agència Catalana de Turisme farà el mateix, amb el treball conjunt d'altres departaments i conselleries de la Generalitat de Catalunya.

El Patronat de Turisme Costa Brava Girona es fixa com a objectiu específic de l'any 2018 incidir fortament en el vessant cultural i identitari del territori i, consegüentment, dels productes i serveis turístics relacionats amb aquest àmbit.

El Club de Màrqueting de Cultura i Identitat del Patronat de Turisme Costa Brava Girona ja fa quatre anys que treballa en l'estructuració de l'oferta cultural del territori, i ho fa mitjançant el treball conjunt de tots els membres que conformen aquest club (festivals, museus/patrimoni, entitats de promoció i empreses), que actualment està format per vuitanta-nou membres.

Des que es va fundar, els objectius primordials del Club de Cultura i Identitat són la creació de sinergies entre les indústries culturals i turístiques, la millora de la competitivitat mitjançant la formació i la sensibilització del sector en matèria de turisme cultural, el suport a la comercialització, la captació de públics i la promoció entre els mercats prioritaris d'aquest producte turístic.

A partir de les reunions de les diferents taules de treball amb els membres, i de la reunió del Comitè Executiu del club, es proposa el pla d'accions següent per a l'any 2018:

» **Accions a públic final:**

- Participació en el Smithsonians Folklife Festival, a Washignton DC, previst del 27 de juny al 8 de juliol.

» **Accions en canals d'intermediació:**

- Presentació en el mercat català de les novetats en l'oferta museística del territori, el mes de març.
- Col·laboració amb la Fundació Gala - Salvador Dalí en les exposicions que pugui dur a terme durant l'any, tant en l'àmbit nacional com internacional, i en els mercats prioritaris per a nosaltres.
- Presentacions de la marca Costa Brava Girona Festivals a Barcelona.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) i *workshop*, amb l'Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades (ACAVE).
- Accions de comunicació per reforçar la candidatura de la Portalada de Ripoll com a Patrimoni Mundial de la UNESCO.
- Accions de promoció del projecte «Despertant instruments adormits», de l'Ajuntament de Ripoll.
- Accions de promoció de la destinació en l'àmbit arquitectònic, amb el despatx RCR Arquitectes, d'Olot.
- Creació de vuit rutes de turisme de descoberta, una per cada comarca, amb la Fundació Catalana per a la Recerca i la Innovació.
- Estudi de la possibilitat de dur a terme accions de comunicació amb motiu de projeccions, conferències, debats, jornades, etc., entorn de la pel·lícula Miss Dalí, de Ventura Pons.
- Estudi de la possibilitat de dur a terme presentacions de l'Any del Turisme Cultural de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, conjuntament amb els artistes gironins Carles & Sofia, en diferents ciutats europees com Berlín, Stuttgart, Tolosa o Dresden.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) de Museus i Patrimoni per a oficines de turisme.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) del Buy Catalonia, amb l'ACT.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions de comunicació**

- Infraestructura de màrqueting:
  - Creació del logotip de l'Any del Turisme Cultural.
  - Confecció del calendari anual d'accions.
  - Pantalles enrotllables i material de suport.
  - Marxandatge específic del club i de l'Any del Turisme Cultural.
  - Infografia específica.
  - Vídeo per als ambaixadors.
  - Sessions fotogràfiques.
- Campanya promocional «Som cultura».

- Campanya promocional «Sigues amfitrió», en què la gent local fa d'amfitriona dels turistes a canvi de descomptes.
- Edició del nou full *Experiències culturals*. *Rutes temàtiques per producte adreçades a públic final*.
- Edició d'un mapa desplegable o díptic de festivals associats a la marca Costa Brava Girona Festivals.
- Reedició i reimpressió en diferents idiomes del fullet *Cultura i identitat*.
- Potenciació del blog *Som cultura*.
- Reformulació del web *Costa Brava Girona Festivals*.

» **Accions a prescriptors:**

- Impress Costa Brava Girona: viatge de premsa adreçat als editors de les principals publicacions culturals de França, Alemanya, el Regne Unit, els Països Baixos i Itàlia.
- Viatge de premsa (*press trip*) de tradicions de Setmana Santa, amb Lonely Planet.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) #Life In Pyrenees.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) #Made In Costa Brava.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) #Nordic Travel Bloggers, el mes d'abril.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) #Costa Brava Girona Festivals.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) i viatge de premsa (*press trip*) #Somcultura.
- Projecte «#Instagram Dancers of Costa Brava».
- Trobada d'*instagramers* #InstaCat.
- Concurs d'Instagram #InstaCostaBravaGironaFestivals (estiu).
- Concurs d'Instagram #InstaCultura.
- Donar visibilitat als membres mitjançant el projecte «Google Arts & Culture».
- Projecte «#EuroCultureTrip», amb la destinació Emília-Romagna.
- Viatge de bloguer (*blog trip*) amb Mickela Mallozzi, de Travel Bare Feet, de dansa i música.
- Assistència en els viatges de premsa (*press trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Assistència en els viatges de bloguers (*blog trip*s), derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions especials:**

- Acció promocional Som Cultura Tour a Melbourne, amb el centre de promoció turística del sud-est asiàtic de l'ACT, del 21 al 22 de novembre.

- Setmana de la Costa Brava a Londres, el mes de febrer.
- Som Cultura, el mes de novembre.
- Exposició «Dalí: breaking news» en diferents ciutats europees que determini la Diputació de Girona, amb presentacions de l'oferta cultural del territori a operadors i premsa especialitzada.
- Possible presentació de destinació cultural i enogastronòmica i d'El Bulli Foundation a la ciutat de Lugano, amb motiu d'haver estat escollida Città del Gusto 2018. Acció conjunta amb la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona i la Universitat de la Suïssa Italiana, del 13 al 23 de setembre.

» **Formació específica:**

- Jornada de màrqueting, comunicació i comercialització de productes culturals.
- *Networking* entre empreses privades, festivals i altres membres del mateix Club de Cultura.
- *Networking* entre membres del Club de Cultura i empreses d'allotjament d'altres clubs.
- *Networking* entre empreses del club i l'Associació de Càmpings Girona.
- Jornades de formació per als directors de festivals.
- Jornada de cultura: enfocada a vincular la cultura com a element distintiu de l'oferta turística de la Costa Brava i Pirineu de Girona.
- Jornada per a creació de producte de turisme de descoberta.
- Possible *benchmark* directe del Patronat, amb els membres del club.
- Possibilitat d'assistència a un *benchmark* organitzat per l'Agència Catalana de Turisme.

» **Patrocinis:**

Des del Club de Cultura i Identitat se seguirà donant suport a les iniciatives i els projectes turisticoculturals de caràcter singular i càrrega identitària que dinamitzen i reivindiquen el conjunt del territori i que desestacionalitzen l'oferta. Els més importants i que ja tenim controlats en aquests moments són:

- Festival Temporada Alta 2018.
- 7è Festival Internacional del Circ Elefant d'Or.
- Exposició 2018, a l'Espai Carmen Thyssen.
- Concurs Internacional de Focs d'Artifici de la Costa Brava.
- Festival Internacional de Música del Castell de Peralada.
- Festival Internacional de Música de Torroella.
- Black Music Festival 2018.
- Festival del Còmic.

- Girona, Temps de Flors 2018.
- Fira d'Indians de Begur.
- Festival Terra de Trobador.
- Festival A Capella.
- Festival Insomni.
- Festival FiMag.
- Festival Ítaca, Cultura i Acció.
- Festival de Música Isaac Albéniz.
- Festival de Cap Roig.
- Festival de Jazz de l'Estartit.
- Festival de Música de Begur.
- Les Nits de Mar i Murtra.
- Festival L'Estrany.
- Festival de Sant Pere de Rodes.
- Concert de Palera.
- Premi de pintura Manuel Surroca.

» **Altres:**

- Seguirem formant part del Consell d'Administració del Museu Memorial de l'Exili (MUME).
- Hi ha un possible conveni amb la Universitat de Girona perquè col·labori com a secretaria tècnica del club, durant tot l'any 2018, amb motiu de l'Any del Turisme Cultural.
- Col·laboració amb la Universitat de Girona perquè estudiants en pràctiques de la Fundación Carolina puguin dur a terme les tasques següents:
  - Estudi del perfil dels visitants dels museus.
  - Recull de dades dels visitants dels museus.
- Es faran visites al sector per captar nous membres per al club.
- Sempre que el projecte sigui una realitat, se signarà un conveni amb l'Ajuntament de Figueres per al projecte de la casa natal de Dalí, sempre amb l'aportació econòmica extraordinària en el nostre pressupost per part de la Diputació de Girona.
- Sempre que el projecte sigui una realitat, se signarà un conveni amb la Fundació Circus Arts Foundation per al Museu del Circ de la ciutat de Girona, sempre amb l'aportació econòmica extraordinària en el nostre pressupost per part de la Diputació de Girona.

1.2.2. Clubs d'Enogastronomia i de la Ruta del Vi DO Empordà

1.2.2.1 Accions compartides

» **Accions a públic final:**

- Mercat de Mercats, a Barcelona.
- Copenhagen Food Festival, a Copenhaguen.

» **Accions a canals d'intermediació:**

- Presentacions sensorials enogastronòmiques, en diferents ciutats europees, per a agents de viatge, operadors i premsa especialitzada.
- Possibilitat de dur a terme accions conjuntes amb la destinació Emília-Romagna.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) d'enogastronomia per al mercat americà.
- Viatge de familiarització (*fam trips*) per a mercats nòrdics o anglosaxons, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Col·laboració en els viatges de familiarització (*fam trips*) transversals i organitzats pel mateix Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Agenda comercial d'enoturisme i gastronomia a agències de viatge receptives especialitzades de Catalunya, a Barcelona.
- Acció promocional a Tel-Aviv.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions de comunicació:**

- Creació i llançament del web turístic dirigit a públic final especialitzat en experiències gastronòmiques i enoturisme de la Costa Brava i el Pirineu de Girona.
- Campanya de llançament *online* i *offline* del nou web.
- Manual de producte especial per a les presentacions sensorials.
- Edició del nou fullet d'experiències enogastronòmiques per a fires i oficines de turisme.

» **Accions a prescriptors:**

- Presentació, destinació i dinar a quatre mans amb premsa especialitzada. Destinació enogastronòmica i presentació d'El Bulli Foundation, al País Basc i als països nòrdics.
- *Workshop* entre empreses membres i tècnics d'oficines de turisme.
- Viatges de premsa (*press trips*) de mercats nòrdics i anglosaxons derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) de mercats nòrdics i anglosaxons derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

- Col·laboració en els viatges de premsa (*press trips*) i de bloguers (*blog trips*) transversals i organitzats pel mateix Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Gastrogolf Tour, acció adreçada a xefs i periodistes especialitzats en golf en què es combinaran els dos productes en una estada de tres dies a la Costa Brava.

» **Accions especials:**

- Participació en el Smithsonians Folklife Festival, a Washington.
- Setmana de la Costa Brava a Londres, el mes de febrer.
- Acció promocional dins el Som Cultura Tour a Melbourne, del 20 al 21 de novembre.

» **Formació específica:**

- Jornada «Com atendre un *workshop*, un *fam trip* o un *press trip* d'enogastronomia», el mes de febrer.
- Jornada «Gastronomia i enoturisme: guanyar visibilitat amb el màrqueting i la comunicació 2.0», el mes de març.
- *Networking* entre empreses dels clubs i l'Associació de Càmpings Girona.

» **Altres:**

- Jornada de *networking* entre membres d'Enogastronomia, Ruta del Vi DO Empordà, Natura i Turisme Actiu, i Esportiu, el mes de novembre.
- Producció de material fotogràfic sobre territori, producte de temporada, activitats i esdeveniments enogastronòmics.
- Col·laboració en el programa «Girona Excel·lent» de la Diputació de Girona.
- Producció d'un vídeo de receptes de cuina referents del territori maridades amb vins de la Ruta del Vi DO Empordà

1.2.2.2 Club d'Enogastronomia

» **Accions a públic final:**

» **Accions en canals d'intermediació**

- Viatge de familiarització (*fam trip*) d'agents de viatge Salt & Wind (EAU), el mes de febrer.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Assistència específica en els diferents viatges de familiarització (*fam trips*) transversals i organitzats pel mateix Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

» **Accions de comunicació**

- Mapa enogastronòmic del territori per a públic final.
- Creació d'un perfil propi a les xarxes socials d'enogastronomia del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Guia enogastronòmica de la Costa Brava.
- Col·laboració en les diferents presentacions que es puguin dur a terme de l'El Bulli Foundation

» **Accions a prescriptors:**

- Viatge de premsa (*press trip*) amb motiu de la gala 50 Best Restaurants, que tindrà lloc a Bilbao durant el mes de juny.
- Viatges de premsa (*press trips*) enogastronòmics de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Assistència específica en els diferents viatges de premsa (*press trips*) transversals i organitzats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Assistència específica en els diferents viatges de bloguers (*blog trips*) transversals i organitzats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona

» **Accions especials:**

- Setmana de la Costa Brava a Londres, el mes de febrer.
- Presentacions sensorials enogastronòmiques, en diferents ciutats europees, per a agents de viatge, operadors i premsa especialitzada.
- Presentació, destinació i dinar a quatre mans amb premsa especialitzada. Destinació enogastronòmica i presentació d'El Bulli Foundation.
- Possible presentació de destinació cultural i enogastronòmica i d'El Bulli Foundation a la ciutat de Lugano, amb motiu d'haver estat escollida Città del Gusto 2018. Acció conjunta amb la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona i la Universitat de la Suïssa Italiana, del 13 al 23 de setembre.

» **Formació específica:**

- Possibilitat d'un *benchmark* dels membres del club del Patronat.
- Participació en el *benchmark* que pugui organitzar l'Agència Catalana de Turisme

» **Patrocinis:**

- Des del Club d'Enogastronomia se seguirà donant suport a les iniciatives i els projectes turisticoenogastronòmics que dinamitzen i reivindiquen el conjunt del territori i que desestacionalitzen l'oferta.

- El Patronat de Turisme Costa Brava Girona ha patrocinat, aquest 2017, l'exposició «El Celler de Can Roca: de la terra a la lluna», al Palau Robert de Barcelona. Aquesta exposició és possible que tingui itinerància a altres ciutats d'Europa i Amèrica. Fruit del conveni signat al seu moment, continuarem sent patrocinadors de l'esmentada exposició sense cap cost addicional, i es podran fer accions de promoció, si es creu oportú, a les ciutats on definitivament s'estableixi l'exposició.
- D'altra banda, seguirem donant suport a les aules gastronòmiques públiques del territori mitjançant convenis de col·laboració i patrocini.

» **Altres:**

- Treballarem en el Pla d'Implementació del Pasturisme a les Comarques Gironines 2017-2020, que ha sorgit del treball de recerca del Premi G! Ivette Barbaza 2015, elaborat per Neus Monllor i Emma Soy.
- Visites i captació de nous membres.
- Participació en el programa «Benvinguts a pagès» de l'Agència Catalana de Turisme.
- Col·laboració amb la Càtedra de Gastronomia, Cultura i Turisme de l'Ajuntament de Calonge-Sant Antoni i la Universitat de Girona.
- Col·laboració amb el 3r Congrés de la Cuina Catalana.
- Col·laboració amb publicacions específiques que editi el sector.
- Marxandatge: davantal «Foodie soul Costa Brava - Pirineu de Girona».
- Col·laboració amb el Gastropirineus 2018.
- Col·laboració amb el White Summer Festival 2018.

1.2.2.3 Club Ruta del Vi

» **Accions a públic final:**

- Mostra de Vins i Caves de Catalunya, a Barcelona.
- Festival Vívid, el mes d'abril.
- Arrels del Vi, a Empúries.
- Arrels del Vi, a Barcelona

» **Accions en canals d'intermediació:**

- Viatge de familiarització (*fam trip*) de Wine Style Travel per a operadors dels Estats Units, juntament amb el Club Unique Premium, el mes de juny.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

- Assistència específica en els diferents viatges de familiarització (*fam trips*) transversals i organitzats pel mateix Patronat de Turisme Costa Brava Girona

» **Accions de comunicació**

- Presentació a premsa del festival Vívid, a Barcelona i Girona.
- Col·laboració amb el departament *online* per a la creació d'un e-book sobre enoturisme a la Costa Brava.

» **Accions a prescriptors:**

- Viatges de premsa (*press trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Assistència específica en els diferents viatges de premsa (*press trips*) transversals i organitzats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Assistència específica en els diferents viatges de bloguers (*blog trips*) transversals i organitzats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Col·laboració en la conferència a la 51ena Trobada Anual de l'American Wine Society. 1-3 Novembre, Bufalo NY

» **Accions especials:**

- Cinquena edició del festival Vívid, el mes d'abril.

» **Formació específica:**

- Següent nivell del curs «English for wine tasting», el mes de febrer.
- Vívid Enoconference, el mes d'abril.
- Possible *benchmark* directe del Patronat.
- Possibilitat de participar en el *benchmark* de l'Agència Catalana de Turisme.

» **Patrocinis**

- Festival Sons del Món 2018.
- 34a Mostra del Vi de l'Empordà de Figueres, el mes de setembre.
- 2a Fira del Tap de Cassà de la Selva.

» **Altres:**

- Contractació d'una empresa perquè dugui a terme les auditories d'avaluació i professionalització dels membres de la Ruta del Vi DO Empordà.
- Col·locació de nous elements de senyalització de la Ruta del Vi DO Empordà.
- Captació i adhesió de nous membres vinculats amb l'enoturisme.

- Participació en la Taula d'Enoturisme de l'Agència Catalana de Turisme.
- Redisseny de la Guia de la Ruta del Vi DO Empordà, amb l'actualització de membres.
- Col·laboració amb publicacions específiques del sector.
- Marxandatge: creació de glaçoneres i dropstops amb el logotip del club.
- Assistència a la Nit de l'Enoturisme de Catalunya, que tindrà lloc a Lleida.

1.2.3. Club de Golf

El Club de Màrqueting de Golf és un dels clubs amb més recorregut i antiguitat dels existents en aquests moments al Patronat.

La molt bona feina, de molts anys, de tots els membres participants ha fet que el producte de golf a la Costa Brava i Pirineu de Girona tingui una consideració molt alta als mercats internacionals.

A partir de la reunió del Comitè Executiu del club, es proposa el pla d'accions següent per a l'any 2018:

» **Accions a públic final:**

- Danish Travel Show.
- Helsinki Golf Fair.
- Salon du Golf a París.
- Salon du Golf a Lió.

» **Accions en canals d'intermediació:**

- International Golf Travel Market (IGTM).
- Assistència al IAGTO Golf Trophy 2018.
- Comàrqueting amb operadors turístics especialitzats.
- Presentació de destinació i *workshop* específic de turisme de golf a Escandinàvia.
- Sopar i *networking* Golf Costa Brava, amb agents i premsa presents en l'IGTM 2018.
- Esmorzar i presentació de destinació a les oficines del Regne Unit de Golf Breaks i Your Golf Travel per presentar la destinació i el producte de golf.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions de comunicació:**

- Seguiment de la campanya de relacions públiques exclusivament de golf, amb la contractació d'una empresa especialitzada.

- Campanya publicitària a mitjans especialitzats nacionals i internacionals.
- Campanya a les xarxes socials.
- Possible edició d'un nou vídeo de presentació de producte de golf.

» **Accions a prescriptors:**

- Gastrogolf Tour, acció adreçada a xefs i periodistes especialitzats en golf en què es combinaran els dos productes en una estada de tres dies a la Costa Brava.
- Viatge de premsa (*press trip*) de Ladies Golfers.
- Viatge de premsa (*press trip*) de Golf Girona FC.
- Viatges de premsa (*press trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions especials:**

- Suport al Costa Brava Winter Camp.

» **Formació específica:**

- Possibilitat de participació en un *benchmark* de l'Agència Catalana de Turisme.

» **Patrocinis:**

- Patrocini del programa de televisió *De tee a green*.

» **Altres:**

- Actualització dels fullets del club.
- Noves sessions fotogràfiques per a oferta de golf.
- Marxandatge específic del club.

1.2.4 Club de Natura i Turisme Actiu. Ecoturisme

El turisme no és un sector econòmic clàssic; no només és una activitat que genera beneficis econòmics. En les estratègies de preservació i valorització del patrimoni natural i cultural la presència de visitants és una eina essencial. Els parcs naturals, els monuments, els centres històrics, els diferents espais de natura o els recintes arqueològics poden reforçar les accions de preservació amb un ús controlat dels fluxos turístics. De fet, el patrimoni cultural i natural del país hauria d'estar situat al centre de l'estratègia turística.

En les més de cinc dècades d'activitat turística s'han generat impactes positius i negatius en l'economia, la societat i el medi ambient del territori que cal revisar per potenciar els aspectes favorables i minimitzar els aspectes desfavorables relacionats amb l'entorn, en benefici de la qualitat de vida dels residents i per a la satisfacció dels visitants.

Partint de factors com la responsabilitat social i ambiental, la competitivitat empresarial i les tendències turístiques del mercat, els agents públics —encapçalats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona—, i privats del sector turístic de la demarcació de Girona han establert replantejar el model turístic del territori —antigament basat en el «sol i platja»— per desenvolupar-lo d'acord amb un nou model turístic (seguint les directrius del Pla Estratègic de Turisme de les Comarques de Girona 2011) centrat en tres grans valors: natura, cultura i gastronomia.

El turisme forma part de l'economia gironina, i és un instrument necessari en l'estratègia d'atracció d'inversions, de talent o d'iniciatives del país. El turisme és, al mateix temps, una oportunitat extraordinària i un risc en determinats espais. Convé una gestió eficient de l'activitat turística que permeti mantenir i reforçar la posició de la Costa Brava i el Pirineu de Girona en aquest sector, adaptar-los a les necessitats d'un context de canvi radical i aprofundir en un model sostenible i de convivència.

La gran qualitat i diversitat de recursos i atractius de la demarcació de Girona, sumats a una oferta turística extensa i diversificada —tant de tipus d'empreses com d'activitats— i a un coneixement ampli del mercat turístic, situa la destinació Costa Brava i Pirineu de Girona en una posició avantatjosa per desenvolupar el model de turisme sostenible del futur.

A partir de les reunions de les diferents taules de treball amb els membres i de la reunió del Comitè Executiu del club, es proposa el pla d'accions següent per a l'any 2018.

» **Accions a públic final:**

- Festival Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show, a Girona.
- Fira Boot, a Düsseldorf.
- Fira Fiets & Wandelbeuers, a Utrecht.
- Fira Tournatour, a Düsseldorf.
- Fira Salon du Randonneur, a Lió.
- Fira Salon de la Plongée, a París.
- Fira Birmingham Dive Show, a Birmingham.
- Fira Salon Nautique Port Camargue, a Port Camargue.
- Fira Eurobike, a Friedrichshafen.
- Fira IMTM, a Tel-Aviv.

» **Accions en canals d'intermediació:**

- Presentació de vídeos promocionals dels ports esportius de la Costa Brava, i la seva oferta, a l'ADAC, a la fira Boot de Düsseldorf.
- Acció de presentació, destinació i *workshop* del Pirineu de Girona i dels Pirineus de Catalunya.
- Agendes comercials i *workshop*s específics de producte als mercats anglès, francès i/o alemany.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) amb PADI de submarinisme dirigit al mercat anglès.

- Viatge de familiarització (*fam trip*) de cicloturisme per al mercat dels Països Baixos.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) de senderisme sènior per al mercat francès.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) de caiac dirigit al mercat anglès.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions de comunicació:**

- Elaboració, presentació i difusió de nous vídeos d'activitats:
  - Senderisme.
  - Neu i turisme interior.
  - Costa Brava, ports esportius i activitats nàutiques.
- Presentació de la destinació dins el Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show.
- Presentació del Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show a Londres, aprofitant la celebració del Bike Show 2018.
- Campanya *online* de ports esportius al mercat francès de la Catalunya Nord.
- Campanya *online* i premsa al mercat anglès de submarinisme i activitats nàutiques.
- Port Book Costa Brava.
- Campanya de neu a diferents mitjans de comunicació.
- Campanya de comunicació del Pirineu de Girona.
- Campanya de comunicació especial dels Pirineus de Catalunya, dirigida al mercat israelià.
- Campanya de premsa escrita de surf d'estel a la revista *Kiteworld Magazine*.
- Col·laboració amb la campanya de comunicació del CPT UK amb la revista Cycle Traveller.
- Nou mapa desplegable de ports esportius.
- Nou mapa desplegable de senderisme.
- Nou mapa desplegable de ciclisme.
- 'Winter Sports Press Event' Acció de RRPP amb premsa internacional a Països Baixos, Setembre.

» **Accions a prescriptors:**

- Viatge de bloguers (*blog trip*) de senderisme dirigit als mercats americà i canadenc.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) de The Family Company pel Pirineu de Girona i oferta de càmpings dirigits al mercat italià.

- Content Creators d'Outdoors amb Adventyr, de mercats nòrdics, per a surf, surf d'estel i submarinisme.
- Viatge de premsa (*press trip*) de caiac dirigit al mercat anglès.
- Viatge de premsa (*press trip*) de neu dirigit al mercat nòrdic.
- Viatge de premsa (*press trip*) amb Grègory Rohart per al mercat francès.
- Viatge de premsa (*press trip*) de camins de ronda per al mercat nord-americà.
- Viatge de premsa (*press trip*) de cicloturisme per al mercat dels Països Baixos,
- Viatge de premsa (*press trip*), dins el Sea Otter, de multimercat.
- Viatges de premsa (*press trip*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions especials:**

- Costa Brava 2020, Reserva de la Biosfera
    - L'any 1971, la UNESCO va iniciar el Programa Humans i Biosfera (MAB), amb l'objectiu de conciliar el progrés de la humanitat, l'ús dels recursos naturals i la conservació de la biodiversitat en el marc del concepte de desenvolupament sostenible.
    - Des del Patronat seguirem invertint en el projecte «Costa Brava 2020, Reserva de la Biosfera», pel que fa al suport als estudis previs per a la declaració de la Costa Brava com a Reserva de la Biosfera per la UNESCO.
    - L'any 2017, la Fundació Mar, el Campus de Patrimoni Cultural i Natural i el Campus de Turisme de la Universitat de Girona, amb el suport econòmic del Patronat, han executat la primera fase dels treballs d'estudi de la viabilitat de la declaració. En el marc d'aquests treballs, s'han dut a terme les tasques següents:
        - Caracterització del patrimoni terrestre i marí de la Costa Brava, prenent en consideració els seus valors naturals, culturals i, fruit de la seva interacció, paisatgístics.
        - Síntesi del marc legislatiu, estatutari i organitzatiu que regeix la declaració i la gestió de les reserves de la biosfera, dins el programa MAB de la UNESCO.
        - Recull d'experiències i aprenentatges d'altres territoris catalans, espanyols i estrangers amb trajectòria reconeguda com a reserves de la biosfera.
        - Avaluació de l'encaix entre la missió i els objectius d'una reserva de la biosfera, amb el caràcter i els objectius de desenvolupament local a la Costa Brava.

- Estudi dels models de governança i finançament que regeixen la gestió de les reserves de la biosfera.
- Disseny d'un full de ruta fins a l'eventual declaració de la Costa Brava com a Reserva de la Biosfera.
- Elaboració d'una proposta cartogràfica de delimitació i zonificació per al reconeixement de la Costa Brava com a Reserva de la Biosfera.

- Amb els treballs previs realitzats, es pot observar que la Costa Brava, tant a la part terrestre com a la part marina, reuneix unes condicions molt favorables per aspirar a convertir-se en Reserva de la Biosfera.
- El 2018 ha de ser l'any de la consolidació del projecte i de la preparació final de la candidatura. La Diputació de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona seguirem invertint recursos econòmics per fer-ho possible, però la decisió sobre els passos que cal fer a continuació també queda en mans dels agents socials, d'altres institucions, de sectors productius i acadèmics i, per descomptat, de tota la ciutadania de la Costa Brava. Hi han d'exercir un paper molt important les sis comarques gironines que s'integren en la proposta cartogràfica de zonificació (l'Alt Empordà, el Baix Empordà, el Gironès, la Garrotxa, el Pla de l'Estany i la Selva), així com el total dels cent quaranta-cinc pobles inclosos en aquesta proposta. L'ampli suport, la voluntat de col·laboració i el compromís són els únics elements indispensables per arribar a fer realitat la proposta que presentarem. Evidentment, per endegar definitivament aquest projecte necessitarem el suport imprescindible de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya.

- Festival Ennatura't. Nou format

  Creació d'experiències tot l'any, dins el programa «Costa Brava Pirineu Outdoor Experiences».

- Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show

  Durant el mes de juny es portarà a terme l'esdeveniment més rellevant al voltant de la bicicleta, que se celebrarà per segona vegada a Girona. El festival inclou una fira sectorial al voltant del món de la bicicleta i diverses proves ciclistes de tot tipus: BTT, ciclisme, trial, marxa cicloturista, etc.

- Setmana de la Costa Brava a Londres, el mes de febrer.

» **Formació específica:**

- *Benchmark* als Dolomites per conèixer-ne el model turístic quant a l'allotjament, activitats com el senderisme i el cicloturisme, i la gestió de la Carta Europea del Turisme Sostenible (CETS) del Parc Natural.
- Possibilitat de participació en el *benchmark* de l'Agència Catalana de Turisme.

- Jornada dinamitzada «Visitor's payback» (2a edició), conjuntament amb Parcs i Espais Naturals.
- Taller creació de producte, amb *networking*, entre membres del mateix club i membres del
- Club de Salut i Benestar.
- Jornada de noves tendències en les activitats nàutiques.
- Xerrada informativa per part de l'administració competent (Generalitat de Catalunya) pel que es refereix a la formació de guiatge (regulació, titulació i requisits).
- *Networking* entre empreses del club i agències receptives de turisme escolar.
- *Networking* entre empreses del club i l'Associació de Càmpings Girona.

» **Patrocinis:**

- Se seguirà donant suport amb els esdeveniments vinculats a les activitats de turisme actiu i natura que tinguin projecció internacional i a les quals es pugui vincular producte turístic.

» **Altres:**

- Participació i acompanyament dels grups de treball de la CETS dels parcs naturals acreditats o en procés d'acreditació.
- Participació en la Taula de l'Ecoturisme de Catalunya.
- Participació en el Grup de Treball de Promoció del Turisme de Neu i Muntanya.
- Participació en les taules de treball de turisme eqüestre (Projecte Adrinoc).
- Possible col·laboració amb l'Agència Catalana de Turisme i la resta de patronats i ens de turisme de Catalunya en l'edició del fullet o catàleg del camí de Sant Jaume.
- Reedicions de fullets ja existents.
- Creació de marxandatge específic del club.
- Elaboració de nou contingut fotogràfic de les activitats del Pirineu de Girona i de senderisme.
- Col·laboració en els treballs de la candidatura dels camins de ronda com a Patrimoni Mundial de la UNESCO.
- Col·laboració i treball conjuntament amb el Consorci de les Vies Verdes de la Diputació de Girona.
- Col·laboració i suport al projecte «Vies braves».

- Pla estratègic de màrqueting digital del Club Natura Actiu:
  - Nova web del club.
  - Xarxes socials.
  - Blog *Som Actiu Natura* i nous continguts *online*.
  - Campanya de comunicació *online*.

1.2.5. Costa Brava Girona Convention Bureau

Durant el primer trimestre del 2018 està previst que el Costa Brava Girona Convention Bureau passi a dependre directament i exclusivament del Patronat de Turisme Costa Brava Girona com un club de màrqueting de producte més de la institució. Per motius exclusivament legals, deixarà de formar part de l'Associació Promoció d'Esdeveniments Girona, organisme que depèn de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Girona. Tot i això, s'estudiaran les fórmules necessàries perquè els membres de la Cambra tinguin un pes institucional específic en el nou club de producte.

El turisme de negocis s'està convertint en un dels productes amb més creixement arreu del món. Des del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, i concretament des del Costa Brava Girona Convention Bureau, en els últims anys s'han dut a terme un ventall d'accions de gran qualitat que ens estan situant entre les destinacions MICE amb més creixement.

Paral·lelament, tenim previst continuar treballant en coordinació amb les oficines de congressos locals del territori, així com amb el Catalunya Convention Bureau, i participar en totes les accions promocionals que siguin interessants per a la nostra destinació.

A partir de la reunió del Consell Assessor del Costa Brava Girona Convention Bureau, es proposa el pla d'accions següent per a l'any 2018.

» **Accions a públic final:**

- IBTM World, Barcelona - del 28 al 30 de novembre.
- IMEX Europa, Frankfurt - del 16 al 18 de maig.

» **Accions en canals d'intermediació:**

- Meeting & Incentive Summit (MIS), a Madrid, el mes de març.
- *Workshop* Pure Meetings & Events, a París, el 15 de febrer.
- M&I Forum Europe Summer, a Dubrovnik, del 5 al 9 de juny.
- The Meeting Space Autumn 2018, a Roma, del 27 al 29 de setembre.
- Roadshow del Patronat de Turisme Costa Brava Girona als Països Baixos, amb dinar, presentació i *networking* MICE, a Amsterdam.
- Presentacions amb *networking* al sector corporatiu de la ciutat de Barcelona.
- Presentació i oferta MICE als operadors de Londres, a la primavera o a la tardor.

- Presentació i oferta MICE als operadors de Munic, a la primavera o a la tardor.
- Presentació i oferta MICE als operadors de París, a la primavera o a la tardor.
- Presentació i oferta MICE als operadors d'Estocolm, el mes de febrer.
- Roadshow associatiu a Suïssa (Basilea i Ginebra), amb el Catalunya Convention Bureau, a la primavera.
- Seminaris a la muntanya, a París, el 5 de juliol.
- Presentació in-house a agències organitzadores d'esdeveniments del mercat francès.
- Suport a la comercialització als principals mercats prioritaris:
  - Agendes comercials a França (París i Lió).
  - Agenda comercial als països nòrdics.
  - Agenda comercial al mercat estatal.
- Seguiment de la representació comercial al mercat francès amb *sales calls*.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) dirigit al mercat francès.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) dirigit als mercats nòrdics.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) dirigit al mercat del Regne Unit.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) dirigit a assistents i secretaris de direcció del mercat estatal, el mes d'abril.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) dirigit al mercat alemany, amb la col·laboració d'RTA Spain.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) dirigit a agències receptives del Catalunya Convention Bureau.
- Col·laboració i suport als viatges de familiarització (*fam trips*) organitzats per membres adherits al Costa Brava Girona Convention Bureau.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions de comunicació:**

- Gravació d'un vídeo promocional MICE de la Costa Brava i Pirineu de Girona.
- Gravació de vídeos testimonials de congressos i esdeveniments corporatius de la demarcació de Girona.
- Assessoria en comunicació externa anual, gestió dels canals de comunicació, creació de continguts i relació amb la premsa especialitzada MICE.
- Creació d'articles de casos d'èxit d'esdeveniments organitzats a la destinació.

- Creació d'articles mensuals amb les novetats dels membres.
- Creació de reportatges temàtics amb la participació dels membres del Costa Brava Girona Convention Bureau.
- Elaboració d'un butlletí *online* bimestral del sector MICE en quatre idiomes (català, castellà, anglès i francès) i segmentat per als diferents mercats.
- Creació d'una campanya de comunicació amb premsa especialitzada MICE del mercat estatal i europeu.
- Creació de continguts MICE de la demarcació de Girona per a la premsa especialitzada dels principals mercats europeus.

» **Accions a prescriptors:**

» **Accions especials:**

- *Afterwork* MICE al sud de França, segurament a Montpeller.
- *Afterwork* MICE corporatiu a Barcelona.
- Setmana de la Costa Brava a Londres, el mes de febrer.

» **Formació específica:**

- Participació en el Connecta Catalunya 2018. Acció de *networking*, formació i innovació entre el sector MICE de Catalunya.
- «Com integrar l'RSC (responsabilitat social corporativa) en el producte MICE del teu negoci», dins el programa de formació 360° del Patronat.
- *Benchmark* a la Costa del Sol per conèixer el model de promoció del turisme de negocis i l'estructuració de l'oferta de reunions i esdeveniments.
- *Networking* entre membres del club i altres clubs de producte del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Possibilitat de participació en el *benchmark* de l'Agència Catalana de Turisme.

» **Patrocinis:**

- Col·laboració, suport i presentació de la destinació en congressos i grans esdeveniments que es duguin a terme a la demarcació de Girona.

» **Altres:**

- Recopilació d'estadístiques dels esdeveniments organitzats pels membres del Costa Brava Girona Convention Bureau.
- Gestió de peticions de negocis d'agències, empreses i associacions per a l'organització d'esdeveniments a la demarcació de Girona.
- Reedició del catàleg *Reunions i esdeveniments.* Digitalització i nou format.

- Actualització del catàleg 8 destinacions de congressos.
- Actualització del catàleg *Genuine Corporate Experiences*. Creació d'un nou apartat d'activitats de responsabilitat social corporativa.
- Actualització i aplicació de noves funcionalitats de la pàgina web del Costa Brava Girona Convention Bureau, dins el lloc web professional del Patronat.
- Ampliació del fons del banc d'imatges de l'oferta de reunions i d'experiències d'incentiu i tea*m building*.
- Participant en el Catalunya Convention Bureau, de l'ACT.

1.2.6 Costa Brava Cruise Ports

Des de Costa Brava Cruise Ports es continuarà la línia de treball actual per consolidar les companyies que ja ens coneixen, incrementar les escales i captar les companyies que encara no han atracat als ports de Palamós i Roses.

Aquestes accions es duen a terme juntament amb Ports de la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Roses, l'Ajuntament de Palamós, les cambres de comerç de Girona i Palamós i el mateix Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

Focalitzarem part de les accions a establir contactes amb les agències de viatges receptives per informar de les activitats úniques i diferenciadores que ofereix el territori.

A partir de les reunions del grup tècnic de treball de Costa Brava Cruise Ports, es proposa el Pla d'Accions següent per a l'any 2018.

» **Accions a públic final:**

» **Accions en canals d'intermediació:**

- Assistència a la fira Seatrade Cruise Shipping USA, a Fort Lauderdale, del 5 al 8 març.
- Assistència a la fira Seatrade Cruise Med Europa, a Lisboa, el mes de setembre.
- Assistència a l'Assemblea de MedCruise 2018 (tant a l'octubre com al juny) per aprofitar les entrevistes B2B amb les companyies de creuers convidades.
- Visites comercials, porta a porta, a les diferents companyies de creuers (Viking Line, Compagnie du Ponant) per a la captació de noves escales, excursions i experiències úniques a la destinació.
- Visites a les agències receptives de creuers a origen.
- Assistència a la International Cruise Summit de Madrid, el novembre.
- Continuïtat amb la Cruise Lines International Association (CLIA).
- Participació i selecció d'accions dins del pla d'accions de la CLIA.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) dirigits als responsables d'excursions de les diferents companyies de creuers.

» **Accions de comunicació:**

- Actualització continuada de notícies al web específic.

» **Accions a prescriptors:**

- Viatges de premsa (*press trips*) per a periodistes especialitzats dels nostres mercats prioritaris.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) dirigits a *influencers* especialitzats en creuers.

» **Accions especials:**

» **Formació específica:**

- Taller específic de turisme de creuers a petició dels membres integrants del grup de treball.

» **Patrocinis:**

» **Altres:**

- Reedició catàleg Costa Brava Cruise Ports.
- Lliurament de mètopes als nous creuers que atraquin als ports de Palamós i Roses.

1.2.6.1 Costa Brava Yacht Ports

Aquest 2017 s'ha donat el tret de sortida a un nou projecte de Costa Brava Cruise Ports: la submarca Costa Brava Yacht Ports.

Aquesta nova proposta s'ha presentat dins la Fira del Saló Nàutic de Barcelona, on s'ha fet públic el nou catàleg per promocionar aquesta marca.

L'any 2018 ja podrem promocionar la nostra destinació com un territori susceptible d'acollir iots de grans eslores.

» **Accions a públic final:**

» **Accions en canals d'intermediació:**

- Fira MYBA, a Barcelona, el mes d'abril.
- Monaco Yacht Show, a Montecarlo, del 26 al 29 de setembre.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) dirigits als capitans de iots de gran eslora.
- Visites comercials a operadors especialitzats.
- Visites als ports esportius per a noves incorporacions al projecte.

» **Accions de comunicació:**

- Reportatges en les revistes especialitzades en iots de gran eslora.

» **Accions a prescriptors:**

- Viatges de premsa (*press trips*) dirigits a premsa especialitzada.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) dirigits a *influencers* especialitzats.

» **Accions especials:**

» **Formació específica:**

- Taller específic «Sensibilització i identificació dels actius del municipi per a aquesta tipologia de clients».
- *Benchmark* de coneixement a Portvendres.

» **Patrocinis:**

» **Altres:**

- Reedició del fullet Costa Brava Yacht Ports.
- Renovació del conveni de col·laboració entre tots els membres.

1.2.7 Club De Salut I Benestar

El Club de Salut i Benestar (en origen, Club de Salut i Bellesa) és un dels primers clubs de producte que va crear el Patronat de Turisme Costa Brava Girona que, atenent al canvi de tendències del mercat, l'any 2017 s'ha passat a denominar Club de Salut i Benestar. En origen aquest club aglutinava l'oferta de balnearis i centres de benestar del territori. Amb el canvi d'estratègia s'ha ampliat el ventall de l'oferta per incloure-hi altres establiments, professionals i empreses de serveis amb una oferta saludable i amb vocació turística, interessats a atraure visitants que volen gaudir d'un turisme saludable.

També aquest any 2017 l'Associació Sèlvans ha presentat, amb el suport econòmic i de màrqueting promocional del Patronat i amb la col·laboració de la Diputació de Girona, l'Institut de Medi Ambient i el Campus de Patrimoni Cultural i Natura de la Universitat de Girona, l'Associació Natura i la Caixa d'Enginyers, el projecte «Boscos saludables i itineraris terapèutics», que pot complementar d'una manera important tota l'oferta de salut i benestar del nostre territori, alhora que també li donarà un impuls important de promoció.

En aquests moments ja tenim un total de quaranta-cinc boscos analitzats a tot el territori gironí. En la primera fase, iniciada el mes de novembre del 2017, ja es troben en funcionament un total de set boscos saludables i itineraris terapèutics, en un total de set poblacions de la nostra demarcació:

» Palau-Sacosta a la ciutat de Girona.

» Can Fornaca a la vila de Caldes de Malavella.

» Can Serra a la vila de les Preses.

» Serra d'Herres a la vila de Sant Hilari Sacalm.

» Les Torrenteres a la vila de Vidrà.

» Requesens a la vila de la Jonquera.

» Sant Grau a la vila de Tossa de Mar.

La intenció, tant de l'Associació com del mateix Patronat, així com dels ajuntaments afectats, és anar incrementant aquests espais en els propers anys i generar producte turístic per dotar el territori d'una oferta potent en aquest sentit.

A partir de la reunió del Comitè Executiu del Club, es proposa el pla d'accions següent per a l'any 2018.

» **Accions a públic final:**

- Presència del fullet del nou producte a les fires de proximitat en les quals assisteixi el Patronat.

» **Accions en canals d'intermediació:**

- Assistència a la fira *workshop* Connections Wellbeing, a Creta (Grècia), del 6 al 10 de maig.
- Prospecció al Balance Festival London ó Amsterdam
- *Workshop* amb agències europees especialitzades en salut i benestar.
- Presentacions a operadors nacionals i internacionals del nou producte «Boscos saludables i itineraris terapèutics», així com de la resta de productes del club.
- Visites comercials, en l'àmbit nacional, a agències especialitzades en salut i benestar.
- Visites comercials a agències especialitzades en salut i benestar d'Europa, principalment dels mercats del Regne Unit i Alemanya.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) per a operadors especialitzats de mercats prioritaris.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) dirigits a operadors interessats en el producte «Boscos saludables i itineraris terapèutics».
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) Ladies Golfers i welbeing.

» **Accions de comunicació:**

- Edició d'un nou fullet adaptat a tota la nova oferta que inclogui experiències dels membres del club.
- Publicació del nou catàleg de salut i benestar.
- Publicació de fullet del projecte «Boscos saludables i itineraris terapèutics» i inclusió d'aquest nou producte al web del Patronat.
- Creació d'un web específic de l'oferta de salut i benestar al territori.
- Difusió digital del nou vídeo del Club de Salut i Benestar i de les microcàpsules.

- Reforçament, a les xarxes socials, de les accions de tipus audiovisual (testimonials, entrevistes, interaccions, etc.) relacionades amb la temàtica de salut i benestar.
- *E-book* d'experiències de salut i benestar.
- Gestió de les xarxes socials del club per aconseguir un creixement sostenible de seguidors.
- Concursos al llarg de l'any per aconseguir compromís dels seguidors.
- Generació de noticies relacionades amb temes de tendència i interès (*wellness*) per al blog *Som benestar*.
- Publireportatge amb l'empresa digital Kamaleon Teràpies Alternatives a la destinació Costa Brava i Pirineu de Girona.
- Trobada d'*instagramers* per promocionar activitats saludables alternatives a la Costa Brava i al Pirineu de Girona.

» **Accions a prescriptors:**

- Accions amb creadors de continguts en què es diferenciïn *lifestyle influencers* i bloguers especialitzats en salut i benestar.
- Presentacions del projecte «Boscos saludables i itineraris terapèutics» a premsa especialitzada.
- Viatges de premsa (*press trips*) del projecte «Boscos saludables i itineraris terapèutics» dirigits a mitjans especialitzats.
- Viatges de premsa (*press trips*) dirigits a mitjans especialitzats, prioritzant els mercats català, francès i del Regne Unit.
- Viatges de premsa (*press trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions especials:**

- Presentacions del projecte «Boscos saludables i itineraris terapèutics».

» **Formació específica:**

- Jornada de formació per millorar la competitivitat i la creació d'experiències *wellness*.
- *Networking* entre membres del club i membres d'altres clubs del Patronat.
- *Networking* entre empreses del club per estructurar el producte «Boscos saludables i itineraris terapèutics».
- Organització d'un *benchmark* específic del club.

» **Formació específica:**

- Negociació del conveni del 2018 amb l'Associació Sèlvans per al projecte «Boscos saludables i itineraris terapèutics».

» **Formació específica:**

- Captació i adhesió de nous membres vinculats a l'oferta de salut i benestar.
- Marxandatge específic del club.
- Col·laboració en l'estructuració del producte «Boscos saludables i itineraris terapèutics».
- Nou concurs per al contracte de consultoria de la secretaria tècnica del club.

1.2.8 Club Unique Premium

L'objectiu del Club Unique Premium és promocionar la destinació a través de la seva oferta singular i d'alt nivell. El club ajudarà a estructurar l'oferta mitjançant la connexió entre els recursos principals i donarà suport a la comercialització d'aquests recursos mitjançant un pla d'actuacions elaborat conjuntament amb els membres del club.

S'incidirà en els mercats on el producte *premium* tingui un potencial i clar hi hagi una demanda clara per aquest tipus de producte. El club té com a objectius, també, generar interès, donar a conèixer la marca i potenciar les demandes d'informació cap als associats del club.

A partir de la reunió del Comitè Executiu del club, es proposa el pla d'accions següent per a l'any 2018:

» **Accions a públic final:**

» **Accions en canals d'intermediació:**

- Prospecció a la fira Pure Life Experiences, el mes de setembre.
- Assistència a la fira ILTM Europe, a Canes, el mes de desembre.
- Roadshow promocional als Estats Units i al Canadà, a les ciutats de Nova York, Toronto, Chicago i Los Angeles, del 7 al 10 de maig.
- Assistència a la fira ILTM Asia Pacific, a Singapur, del 21 al 24 de maig.
- Possibilitat participació a la Fira EMOTIONS. Barcelona, novembre.
- Presentació d'*unique premium* a Londres.
- Presentació d'*unique premium* a París.
- Presentació d'*unique premium* a Hamburg, a la primavera o a la tardor.
- Presentació d'*unique* premium a Milà, a la primavera o a la tardor.
- Presentació d'*unique premium* a Ginebra.
- Agenda comercial a Bèlgica i Suïssa.
- Presentació *premium* a agències de viatge receptives de Barcelona.
- Visita i seguiment a agències receptives d'Espanya, durant tot l'any.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) d'operadors especialitzats i dels nostres mercats prioritaris.

- Viatge de familiarització (*fam trip*) d'agents de viatge francesos participants en el Wine & Business Club 2016, a la primavera.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) de Wine Style Travel, amb agents de viatge dels Estats Units, el mes de juny.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) dirigits a mercats prioritaris, com ara el Canadà, el Regne Unit, Àsia, etc.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) dirigits a agències receptives de Catalunya.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions de comunicació:**

- Encàrrec fotogràfic *premium* Costa Brava.
- Actualització del web del Club Unique Premium del Patronat.
- Publireportatges en revistes especialitzades de luxe.
- Gràfics del Club Unique Premium en els catàlegs de la marca Costa Brava Hotels de Luxe, de la Unió d'Empresaris d'Hostaleria i Turisme de la Costa Brava Centre.

» **Accions a prescriptors:**

- Viatges de bloguers (*blog trips*) dirigits a *influencers* especialitzats en turisme experiencial d'alt nivell.
- Viatges de premsa (*press trips*) dirigits a mitjans especialitzats en turisme *premium*.
- Viatges de premsa (*press trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions especials:**

- Setmana de la Costa Brava a Londres, el mes de febrer.
- Presentació especial de destinació per als clients de Bru & Bru, a Barcelona, el mes de febrer o el mes de març.
- Presentació especial de destinació per als subscriptors de la revista *Amante Magazine*, a Madrid, el mes de febrer o el mes de març.
- Presentació d'*unique premium* a operadors VIP de Singapur.

» **Formació específica:**

- Jornada sobre imatge corporativa i perfil de clients *premium*, incloent-hi un *networking* entre membres del mateix club.
- Possible *benchmark* directe del Patronat per als membres del club.
- Possibilitat de participació en el *benchmark* de l'Agència Catalana de Turisme.

» **Patrocinis:**

» **Altres:**

- Actualització del catàleg d'*unique premium* (en anglès i francès).
- *E-book Costa Brava & Girona Pyrenees*. *Premium Experience*s.
- Marxandatge específic del club.
- Col·laboració amb la Costa Brava Fashion Week 2018.
- Estudi de la competitivitat de l'oferta *premium* a la Costa Brava i Pirineu de Girona per al mercat americà, dut a terme per una estudiant del Màster en gestió i planificació de turisme i la Fundación Carolina.

1.2.9. Club de Turisme Esportiu

L'any 2017 el Patronat de Turisme Costa Brava Girona va creure oportú crear aquest nou club de màrqueting, atesa la importància d'aquest producte turístic dins el Club de Natura i Turisme Actiu, que ja existia. Es feia necessari estructurar-lo d'una manera individual per donar sortida als projectes existents entre els socis i confirmar que es tracta d'un dels productes turístics més importants en el futur proper, almenys a la nostra demarcació.

A partir de la reunió del Comitè Executiu del club, es proposa el pla d'accions següent per a l'any 2018.

» **Accions a públic final:**

- Festival Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show, a Girona.
- Fira Boot, a Düsselfdorf.
- Fira Expo Sports Outdoor, a Barcelona.
- Fira NSCAA, a Filadèlfia.

» **Accions a canals d'intermediació:**

- Presentació de la destinació, específicament de l'oferta de turisme esportiu, al Museu Olímpic de Lausana.
- Suport a la comercialització als principals mercats prioritaris:
  - Agendes comercials al mercat del Benelux.
  - Agenda comercial al mercat nòrdic.
  - Agenda comercial al mercat alemany.
  - Agenda comercial al mercat el Regne Unit.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) dirigit a multimercat i multidisciplina de *training camps*.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions de comunicació:**

- Presentació del Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show a Londres, aprofitant la celebració del Bike Show 2018, el mes de febrer.
- Presentació a premsa especialitzada de l'oferta de turisme esportiu, dins el MIC Football i el MIC Basketball 2018.
- Edició de catàlegs específics del club.
- Elaboració de testimonials d'esportistes d'elit a la Costa Brava i al Pirineu de Girona.
- Elaboració de nous continguts fotogràfics

» **Accions a prescriptors:**

- #Ilovecycling, acció de ciclisme amb clubs i prescriptors multimercat, a Girona i Lloret.
- Viatge de premsa (*press trip*) multimercat, amb motiu del Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show, de tots els mercats prioritaris possibles.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) amb motiu del Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show.
- Viatges de premsa (*press trips*) de mercats prioritaris, derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) derivats dels centres de promoció turística de l'ACT.

» **Accions especials:**

- Setmana de la Costa Brava a Londres, el mes de febrer.
- Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show. Durant el mes de juny, se celebrarà per segona vegada a Girona l'esdeveniment més rellevant del nostre territori al voltant de la bicicleta. El festival inclou una fira sectorial sobre el món de la bicicleta i diverses proves ciclistes de tot tipus: BTT, ciclisme, trial, marxa cicloturista, etc.
- Dins el marc del Sea Otter Europe Costa Brava Girona, es realitzaran presentacions de la Costa Brava i Pirineu de Girona com a destinacions ideals per a la pràctica del cicloturisme.

» **Formació específica:**

- Formació específica sobre coneixement de mercats.
- *Networking* entre membres dels clubs d'Enogastronomia, de la Ruta del Vi DO Empordà, de Natura i Turisme Actiu, i de Turisme Esportiul, el mes de novembre.
- *Networking* intern entre membres del mateix club.
- Possible *benchmark* directe del Patronat per a membres del club.
- Possibilitat de participació en el *benchmark* de l'Agència Catalana de Turisme.

» **Patrocinis:**

- Seguirem col·laborant en els esdeveniments que s'organitzen a la nostra destinació vinculats al turisme esportiu que tinguin projecció internacional i als quals es pugui vincular producte turístic. Els esdeveniments més importants que tenim previstos a hores d'ara són:
  - FISA World Rowing Tour 2018.
  - Campionat del Món de Windsurf.
  - MIC Football - Basketball 2018.
  - Oxfam Intermon Trailwalker.
  - Globàsquet Lloret 2018.
  - XXIX International Vila de Palamós Optimist Trophy.
  - USA Futsal Blanes 2018.
  - Rally Costa Brava.
  - II Triatlhon International Sailfish Costa Brava.
  - Salt Kayac Festival 2018.
  - Futsal Copa Cerdanya.
  - III Torneig Internacional de Tennis Femení ITF - WTA.
  - Festival Dragoon Boat.
  - Swinrun Costa Brava 2018.
  - Costa Brava Girona Bàsquet.
  - Ultra Cerdanya 2018.
  - Sealight - Camí de la Llum 2018.
  - Cerdanya Happy Walking.
  - Girona Ciclyng Festival.
  - Crom Ride Girona.
  - Cerdanya Cycle Tour.
  - Girona Gran Fondo.
- Modificació del conveni establert amb el MIC Football, augmentant l'aportació del Patronat a l'esdeveniment, conjuntament amb la Diputació de Girona i el Dipsalut, atès el creixement exponencial del torneig pel que fa al nombre de poblacions (un total de trenta-set previstes per al 2018), així com la incorporació del MIC Basketball.
- Ambaixadors. Seguirem signant contractes de patrocini, com a ambaixadors, amb esportistes d'elit del nostre territori, perquè portin el nom de la Costa Brava o el Pirineu de Girona arreu del món.

- Els contracte que estan en vigor són:
  - Nil Cardona
  - Oriol Cardona
  - Marc Pinsach
  - Esther Guerrero
  - Joan Jorquera
  - Marc Paré
  - Jeroni Fajardo

» **Altres:**

- Participació en el programa de l'INDESCAT.
- Possibilitat d'engegar accions promocionals conjuntes amb el Girona FC.
- Presència i prospecció en esdeveniments esportius de rellevància.
- Recerca de contactes B2B i B2C i ampliació de la base de dades.
- Creació de marxandatge específic del club.
- Creació d'un nou lloc web del club.
- Creació i dinamització de les xarxes socials del club.
- Contracte de patrocini amb la Universitat de Girona, per la seva participació en la lliga europea.
- Nou contracte de consultoria per a la secretaria tècnica externa del club

1.2.10 Altres Productes

1.2.10.1 Turisme de sol i platja

Tot i no estar estructurat pròpiament com un club, és un producte cabdal per a la nostra destinació. Continuem sent una de les destinacions més importants de sol i platja del sud de la Mediterrània, i la majoria de turistes ens visiten exclusivament per això, igual que la resta de destinacions competidores. Tanmateix, la segmentació de productes que hem dut a terme els últims anys ha comportat que el sol i platja, tot i ser el motiu principal del viatge dels nostres turistes, es complementi amb el consum d'altres productes que estan arrelant al nostre territori.

Aquest 2018 tenim previst fer:

- Roadshow amb l'operador turístic FTI del mercat alemany, a les ciutats de Leipzig, Bremen, Münster, Koblenz i Ulm, del 28 de gener al 2 de febrer.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) amb operadors específics dels principals mercats emissors.

- Viatges de premsa (*press trips*) amb premsa específica dels principals mercats emissors.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) amb *influencers* especialitzats.
- Presentacions de la destinació Costa Brava, sobre producte genèric, als operadors dels principals mercats emissors.
- Accions continuades de comàrqueting amb Jet2 Holidays, del mercat del Regne Unit, atesa la seva forta implementació, els últims anys, a l'Aeroport de Girona - Costa Brava.
- Accions de comàrqueting amb Thomas Cook.
- Accions continuades de comàrqueting amb els operadors principals dels mercats de l'Est per anar recuperant aquest mercat en el futur proper.

1.2.10.2 Turisme familiar

Aquest tampoc no és un producte que pròpiament estigui estructurat com un club, però funciona com a tal pel que es refereix a accions promocionals, accions a professionals i accions a públic final.

Actualment, disposem de nou municipis certificats com a destinació de turisme familiar per l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de Catalunya.

Són els següents:

- Blanes
- Lloret de Mar
- Sant Feliu de Guíxols
- Castell - Platja d'Aro
- Calonge - Sant Antoni
- Torroella de Montgrí - l'Estartit
- Sant Pere Pescador
- Roses
- La Vall d'en Bas

Per primera vegada hi tenim un municipi d'interior, la Vall d'en Bas. Aquest hivern s'hi sumaran la Vall de Núria i la Molina, com a estacions d'esquí del Pirineu de Girona.

Les accions que es proposen per al 2018, dins la taula de treball de producte de turisme familiar, són:

- *Workshop* i presentació de turisme familiar i de l'oferta de càmpings, a Dublín, conjuntament amb l'Associació de Càmpings de Girona i els ajuntaments dels municipis certificats com a destinacions de turisme familiar de les comarques gironines, probablement el mes de març.

- Prospecció en el BritMums Live, a Londres, el mes de setembre.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) de The Family Company, per a Pirineus i oferta de càmpings, dirigit al mercat italià.
- Publicació d'un fullet d'experiències.
- Marxandatge específic de producte familiar.
- Sessió de fotos i vídeo de producte familiar.
- Producció d'una pantalla enrotllable específica.
- Gravació d'*influencers* quan ens visitin.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) amb Saucepan Kids.
- Viatge de bloguers (*blog trip*) amb Tots 100.
- Presència al Mercat d'Escapades 2018, a Barcelona.
- Presència als diferents *workshop*s organitzats pel Patronat.
- Visites comercials als empresaris que ofereixen producte familiar.
- Sessions de *networking* amb els diferents clubs del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Participació en les taules de treball de l'Agència Catalana de Turisme.
- Accions continuades de comàrqueting amb Jet2 Holidays, del mercat del Regne Unit, atesa la seva forta implementació, els últims anys, a l'Aeroport de Girona - Costa Brava.
- Participació al Catalunya, Hola família! Acció a públic final amb l'ACT. Abril

1.2.10.3 Turisme inclusiu i sènior

Els objectius principals per al 2018 són la divulgació i la promoció de l'oferta existent, així com la continuació de la línia de treball actual de sensibilització del sector, mitjançant les taules de treball, les xerrades i l'edició d'un manual de bones pràctiques.

Hem de continuar treballant amb tots els clubs de producte del Patronat de Turisme Costa Brava Girona perquè la inclusió sigui present en els seus programes de treball. Per aquest motiu, no es concep com un club de producte, sinó que ha de ser transversal a tots els clubs del Patronat.

També cal generar interès i potenciar les demandes d'informació sobre turisme per a tothom a la nostra destinació, així com promoure les iniciatives ja existents.

Segons els acords de les taules de treball de producte, es proposa el pla d'accions següent per a l'any 2018:

- Possible prospecció, amb agenda comercial, de diferents fires de turisme nacionals i internacionals.
- Visites a agències, operadors, receptives i empreses de turisme inclusiu i de turisme sènior.

- Possible assistència a l'assemblea d'ENAT World Summit on Destinations for All, a Brussel·les, de l'1 al 2 d'octubre.
- Creació de fotos i vídeos de turisme sènior.
- Edició d'un manual de bones pràctiques.
- Possibilitat de participar en el projecte My Guidoo (*www.myguidoo.com*).
- Possibilitat de participar en el projecte de material amb relleu Disacc Maquett per a oficines de turisme (mapa o maqueta dels principals atractius de destinació inclusiva).
- Viatges de familiarització (*fam trips*) per a operadors que treballin el turisme inclusiu i sènior dels principals mercats emissors.
- Viatges de premsa (*press trips*) per a premsa especialitzada en els productes inclusiu i sènior dels principals mercats emissors.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) per a *influencers* especialitzats en els productes sènior i inclusiu.
- Publicació d'articles i/o publireportages per a revistes especialitzades en productes sènior i inclusiu. Turisme per a tothom: creació de continguts redaccionals.
- Patrocini de la tercera edició del Premi Costa Brava Inclusive Mobile Film, dins el Festival de Cinema de Girona.
- Organització d'una jornada de sensibilització per als allotjaments, dins els matins del Festival de Cinema de Girona.
- Seguiment del conveni entre els parcs naturals i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona per a la cessió de dues cadires Joëlette. Inclosió de la utilització i promoció d'aquestes cadires dins els viatges de premsa, de familiarització i de bloguers del Club de Natura i Turisme Actiu del Patronat,.
- Implementació del llenguatge de signes en els actes més importants que organitzi el Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- Taller específic d'atenció a les necessitats del client sènior o amb diversitat funcional.

1.2.10.4 Turisme específic de mercats de l'Est

Els mercats de l'Est, principalment el de Rússia, després d'uns quants anys de davallada important, es comencen a recuperar, encara que d'una manera incipient. Per això, des del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, juntament amb el Centre de Promoció Turística de l'Agència Catalana de Turisme a Moscou, hem treballat per desenvolupar una sèrie d'accions que ens ajudin a acabar de recuperar, en els propers anys, el turisme d'aquests mercats.

- Treball conjunt i intens amb els tres operadors principals d'aquests mercats, que són Anex Tour, Coral Travel i Biblio Globus.

- Participació en la fira MITT de Moscou.
- Participació en la fira UITT de Kíev.
- Accions de comàrqueting amb els principals operadors (Anex Tour, Coral Travel, Wezyr, Biblio Globus, TUI Rússia, TUI Polònia i Tez Tour).
- Roadshow amb Coral Travel, a Ucraïna o Bielorússia.
- *Workshop* Deluxe Travel Market, a Minsk, el 23 de març.
- *Workshop* Deluxe Travel Market, a Kíev, el 28 de març.
- Presentacions a operadors turístics sobre producte genèric als mercats emissors.
- Viatges de familiarització (*fam trips*) dels principals operadors.
- Viatges de premsa (*press trips*) dels principals mitjans.
- Accions promocionals conjuntes amb l'Agència Catalana de Turisme.
- Nou contracte de consultoria per a la secretaria tècnica dels països de l'Est.

1.3 Publicacions

El Patronat continuarà la línia de publicacions endegada fa quatre anys, en la qual es va prioritzar la segmentació de les publicacions per productes específics i en la qual els objectius específics d'aquestes publicacions es defineixen segons el públic a qui van adreçades.

El 2017 el Patronat va iniciar, en diferents productes, els catàlegs d'experiències, i durant l'any 2018 aquests catàlegs —molts més pràctics i adreçats a consumidors finals— s'ampliaran en altres productes.

També s'incidirà cada cop més en el visionament i el posicionament *online* d'aquestes publicacions, cosa que afegeix un valor específic al visitant del web i n'augmenta la difusió a un públic objectiu amb interès en el producte.

Durant el 2018 cada club reeditarà les seves publicacions i hi afegirà les que el comitè i l'assemblea de cada club determinin. Alhora, es reeditaran les genèriques.

Un dels objectius de les publicacions serà el mapa, que se seguirà actualitzant amb noves rutes i propostes.

Continuarem treballant intensament en l'edició de vídeos i càpsules de tots els productes de la nostra destinació amb l'objectiu de dotar de contingut potent tant el lloc web com les diferents xarxes socials del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

1.4 Publicitat

El Patronat continuarà l'estratègia d'aquests darrers anys, amb dos eixos fonamentals:

» Generació de continguts i *branded content* per sobre de la publicitat.

» Transició gradual del paper al digital en matèria publicitària.

Les campanyes o accions publicitàries estaran condicionades pels diferents segments de mercats. S'adreçaran a aquells mercats en què hi hagi la necessitat d'incidir, per l'obertura de noves rutes aèries a l'aeroport de Girona, o perquè el comàrqueting amb l'operació sigui clau en el desenvolupament de la nostra destinació.

D'aquesta manera, el Patronat portarà a terme diferents accions, entre les quals cal destacar les següents:

» Acció de comàrqueting amb Jet2 per potenciar els vols a l'Aeroport de Girona - Costa Brava des de les seves vuit bases britàniques, que són:

- Birmingham
- Londres Stansted
- East Midlands
- Bristol

- Belfast
- Edimburg
- Glasgow
- Leeds
- Manchester

» Acció de comàrqueting amb Ryanair per potenciar els vols a l'Aeroport de Girona - Costa Brava des de les seves bases europees i des de mercats interessants per a la nostra destinació. Les seves bases europees són les següents:

- Càller
- Pisa
- Pescara
- Birmingham
- Belfast
- Edimburg
- East Midlands
- Leeds
- Liverpool
- Newcastle
- Glasgow
- Luton
- Londres Stansted
- Manchester
- Bournemouth
- Bristol
- Billund
- Bratislava
- París
- Brussel·les
- Eindhoven
- Maastricht
- Bremen
- Baden
- Weeze
- Memmingen
- Frankfurt Hann
- Frankfurt International

- Malta
- Riga
- Knock
- Cork
- Dublín
- Tallin
- Trapani
- Wroclaw
- Cracòvia
- Poznan
- Rabat
- Tessalònica
- Oradea

» Acció de comàrqueting amb Rainbow per potenciar els vols a l'Aeroport de Girona - Costa Brava des de les seves cinc bases de Polònia, que són:

- Varsòvia
- Katowice
- Gdansk
- Wroclaw
- Poznan

» Acció de comàrqueting amb Pobeda per potenciar els vols a l'Aeroport de Girona - Costa Brava des de les seves dues bases de Rússia, que són:

- Moscou
- Sant Petersburg

» Acció de comàrqueting amb Jetarifly per potenciar els vols a l'Aeroport de Girona - Costa Brava des de la seva base de:

- Brussel·les

» Acció de comàrqueting amb Transavia per potenciar els vols a l'Aeroport de Girona - Costa Brava des de les seves dues bases d'Holanda, que són:

- Amsterdam
- Rotterdam

» Acció de comàrqueting amb Thomas Cook per potenciar els vols a l'Aeroport de Girona - Costa Brava des de les seves tres bases britàniques, que són:

- Manchester
- Bristol
- Birmingham

- » També és realitzaran accions de comàrqueting amb TUI, que operarà a l'Aeroport de Girona - Costa Brava.
- » Increment de les campanyes *online* per generar trànsit cap al web principal o els específics de producte.
- » Generació de continguts escrits, mitjançant blogs (Somcultura.com) o altres productes.
- » Generació de contingut audiovisual, amb un incís especial en el turisme cultural.
- » Campanya de neu, conjuntament amb les estacions d'esquí, tant en mitjans escrits com radiofònics. Es treballarà perquè aquesta acció es faci mitjançant la marca Pirineus de Catalunya, dins el mateix programa «Pirineus».
- » Suport publicitari a les accions promocionals pròpies com Vívid, Ennatura't o Som Cultura.
- » Posada en funcionament del concurs de contractació dels serveis de gestió i inserció de publicitat a mitjans de comunicació escrits, audiovisuals i digitals, a tot el territori estatal i internacional.
- » Posada en funcionament del concurs de contractació dels serveis de gestió, creació i inserció de publicitat en emissores de ràdio que s'escoltin a Catalunya.

1.5 Fons fotogràfic

- » Amb l'objectiu d'actualitzar la imatge publicitària d'alguns productes, aquest any es preveu la realització de més encàrrecs fotogràfics, que s'han de concretar.
- » Ampliació de la catalogació de l'arxiu d'imatges, tant de fotos com de vídeos, amb el programa Lightroom.
- » Conveni de pràctiques per a estudiants d'ERAM a l'arxiu d'imatges, manteniment del Lightroom, web de fotos, així com la realització, l'edició, el retoc d'imatges segons necessitats del Patronat.
- » Adquisició d'imatges d'arxiu de fotògrafs: territori, turisme actiu i esdeveniments.
- » Encàrrecs de serveis fotogràfics d'accions promocionals i esdeveniments organitzats pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- » Gestió i actualització continuada de la plataforma *fotos.costabrava.org*, que dona servei a particulars, empreses i institucions.

1.6 Prospecció i contacte amb el territori

Per nosaltres, el contacte amb el territori és cabdal. El nostre model funciona justament perquè l'empresariat i les institucions gironines se l'han fet seu, gràcies a la participació constant que els oferim.

Per això, per al 2018 proposem les accions següents:

- Tot i l'increment que el Patronat de Turisme Costa Brava Girona té any rere any en nombre de socis dels diferents clubs de producte (actualment més de vuit-cents cinquanta), fruit de les diferents visites comercials dutes a terme al llarg del temps, continuarem donant suport a aquesta línia d'actuació i la potenciarem per tal d'establir més sinergies amb el sector, les associacions, les institucions i les administracions locals.
- L'objectiu principal és conèixer l'oferta del territori de primera mà, poder establir aliances amb tot l'empresariat local mitjançant els clubs de producte i donar-los informació de les diferents possibilitats de col·laboració amb el Patronat.
- El mes de gener, farem totes les assemblees dels clubs de producte del Patronat perquè els assistents validin tant la feina ja duta a terme el 2017 com el pla d'accions i objectius del 2018 dels diferents clubs.
- Continuarem presentant la feina que fem des del Patronat, i el seu organigrama de funcionament, als pobles de la demarcació que ho sol·licitin amb l'objectiu d'arribar al màxim nombre d'empresariat turístic gironí.
- A finals del 2018 presentarem el Pla d'Accions i Objectius de l'exercici 2019 a tot el sector turístic.

1.7 Gestió d'operadors turístics i intermediaris

Hem de continuar consolidant les visites comercials als nostres operadors, col·laboradors i intermediaris turístics perquè coneguin de primera mà la nostra destinació, per consolidar la relació empresarial amb ells i per potenciar les vendes als seus clients.

Per això proposem les accions següents:

- Visites comercials als receptius i operadors turístics de la Costa Brava i el Pirineu de Girona.
- Accions de comàrqueting amb els principals operadors dels mercats objectius.
- Presentacions a destinació dels diferents operadors turístics que ho sol·licitin.
- Presentacions als centres d'atenció telefònica dels principals operadors internacionals que operen a la Costa Brava i al Pirineu de Girona.

1.8 Principals accions promocionals del 2018 per mercats

Les accions a origen més representatives del 2018, organitzades principalment pel Patronat de Turisme Costa Brava Girona, són les següents:

Mercat americà: els Estats Units i el Canadà

- Smithsonians Floklife Festival, a Washington, del 27 de juny al 8 de juliol.
- Roadshow als Estats Units i al Canadà, a les ciutats de Toronto, Nova York, Chicago i Los Angeles, del 6 al 10 de maig.

Mercat francès

- Presentació genèrica de destinació i de l'oferta de turisme *unique premium* a París, entre els mesos de febrer i abril.
- Presentació genèrica de destinació i de l'oferta de turisme MICE a París, entre els mesos de febrer i abril.
- *Afterwork* Costa Brava de turisme MICE al sud de França, segurament a la ciutat de Montpeller.
- Seminaris a la muntanya de turisme MICE a París, el 5 de juliol.
- Agenda comercial de turisme MICE.

Mercat del Regne Unit

- Presentació genèrica de destinació a Manchester, conjuntament amb els operadors Jet2 Holidays i Thomas Cook.
- Setmana de la Costa Brava a Londres, el mes de febrer, amb presentacions especials de gastronomia, cultura, MICE, *unique premium* i cicloturisme.
- Presentació del Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show a Londres, aprofitant la celebració del Bike Show 2018.
- Presentació de turisme familiar i oferta de càmpings a Dublín, probablement el mes de març.
- Presentació de turisme de golf al centre d'atenció telefònica de Golf Breaks i de Your Golf Travel.
- Agenda comercial de l'oferta de Costa Brava Cruise Ports.
- Agenda comercial de l'oferta de turisme de salut i benestar.
- Agenda comercial de l'oferta de turisme esportiu.

Mercat alemany

- Presentació genèrica i de l'oferta de turisme *unique premium* a Hamburg, a la primavera o a la tardor.
- Presentació genèrica i de l'oferta de turisme MICE a Munic, a la primavera o a la tardor.

- » Roadshow amb l'operador turístic FTI del mercat alemany a les ciutats de Peizig, Bremen, Münster, Koblenz i Ulm, del 28 de gener al 2 de febrer.
- » Presentació del Costa Brava guide vídeo a l'ADAC, dins el Saló Boot de Düsseldorf.
- » Agenda comercial de l'oferta de turisme de salut i benestar.
- » Agenda comercial de l'oferta de turisme esportiu.

Mercat català

- » *Afterwork* corporatiu de turisme MICE a Barcelona.
- » Acció promocional a les noves oficines de Pangea Travel Store.
- » Presentació de les novetats de l'oferta museística de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, a Barcelona.
- » Presentació de l'oferta de turisme *unique premium* a la seu de Bru & Bru.
- » Presentació de l'oferta de turisme *unique premium* a receptius especialitzats de Barcelona.
- » Agenda comercial d'enoturisme i gastronomia a receptives especialitzades de Catalunya, a Barcelona.
- » Presentació de la marca Costa Brava Music Festivals, a Barcelona, per part del Club de Cultura i Identitat.
- » Participació al Catalunya, Hola familia!. Acció a públic final de turisme familiar amb l'ACT.

Mercat del Benelux

- » Roadshow als Països Baixos, a les ciutats d'Amsterdam, Eindhoven i Anvers, del 16 al 20 d'abril.
- » Presentació i *networking* exclusiu de turisme MICE a Amsterdam.
- » Agenda comercial de l'oferta *unique premium* a Bèlgica.
- » Agenda comercial de l'oferta de turisme esportiu a Bèlgica i/o Holanda.

Mercat italià

- » Presentació genèrica i de l'oferta de turisme *unique premium* a Milà.
- » Presentació genèrica i de l'oferta de turisme MICE a Milà.

Mercat suís

- » Presentació genèrica i de l'oferta de turisme *unique premium* a Ginebra.
- » Presentació genèrica i de l'oferta de turisme MICE a Ginebra.
- » Presentació de l'oferta de turisme MICE a Basilea.
- » Presentació genèrica i de l'oferta de turisme esportiu a Lausana.
- » Agenda comercial de l'oferta *unique premium*.

Mercats de l'Est

» Roadshow promocional a Ucraïna i/o Bielorússia, amb Coral Travel.

» *Workshop* Deluxe Travel Market a Minsk, el 23 de març.

» *Workshop* Deluxe Travel Market a Kíev, el 28 de març.

Mercats nòrdics

» Presentació i *workshop* exclusiu de Golf a ciutat per determinar dels països nòrdics.

» Presentació genèrica i de l'oferta de turisme MICE a Estocolm, el mes de febrer.

» Agenda comercial de l'oferta de turisme MICE als països nòrdics.

» Agenda comercial de l'oferta de turisme esportiu als països nòrdics.

» Copenhagen Food Festival, a Copenhaguen.

» Presentació genèrica de la destinació a Islàndia, amb agenda comercial.

» Assistència a la fira *workshop* Connections Wellbeing a Blue Lagoon (Islàndia), del 6 al 9 de maig.

Altres mercats

» Presentació genèrica de la destinació a Tel-Aviv.

» Campanya de comunicació especial per Pirineus de Catalunya a Israel.

» Som Cultura Tour a Melbourne, del 21 al 22 de novembre.

» Presentacions sensorials exclusives d'enogastronomia en diferents ciutats d'Europa.

» Presentacions de l'oferta cultural de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, aprofitant concerts d'artistes gironins, en diferents ciutats d'Europa.

» Possibilitat d'accions de presentació, en diferents ciutats d'Europa, amb l'exposició «Dalí: breaking news» de la Diputació de Girona i el Patronat de Turisme Costa Brava Girona.

» Presentació de destinació *unique premium* especial per a VIP de Singapur.

» Agenda comercial de turisme MICE en diferents ciutats de l'Estat espanyol.

» Presentació de l'oferta de turisme *unique premium* a la seu d'Amante Magazine de Madrid.

1.9 Fires

Una vegada més, serem presents en un gran nombre de fires de proximitat, nacionals i internacionals, en les quals hi haurà la presència de les nostres dues marques: Costa Brava i Pirineu de Girona.

Assistirem a fires adreçades a públic final, a professionals i mixtes. A més de les fires de turisme genèriques més importants, incidirem molt en fires sectorials i especialitzades en producte concret.

Les fires a què assistirem l'any 2018 són les següents:

Gener

- Vakantiebeurs (genèrica), a Utrecht, del 10 al 14 de gener.
- Salon de la Plongée (turisme actiu i de natura), a París, del 12 al 15 de gener.
- Fahrrad & Erlebnis Reisen (Pirineus de Catalunya), a Stuttgart, del 13 al 14 de gener.
- CMT (genèrica), a Stuttgart, del 13 al 21 de gener.
- EUA NSCAA 2018 (turisme esportiu), a Filadèlfia, del 17 al 21 de gener.
- FITUR (genèrica), a Madrid, del 17 al 21 de gener.
- Boot (turisme actiu i de natura i turisme esportiu), a Düsseldorf, del 20 al 28 de gener.
- Bergsportdag (Pirineus de Catalunya), a Utrecht, el 29 de gener.

Febrer

- IMTM (Pirineus de Catalunya), a Tel-Aviv, del 6 al 7 de febrer.
- Reise Caming (genèrica), a Essen, del 21 al 25 de febrer.
- Danish Travel Show (turisme de golf), a Dinamarca, del 23 al 25 de febrer.

Març

- Fiets en Wandelbeurs (Pirineus de Catalunya), a Utrecht, del 2 al 4 de març.
- Seatrade Cruise Global Shipping USA 2018 (creuers), a Fort Lauderdale, del 5 al 8 de març.
- ITB (genèrica), a Berlín, del 7 a l'11 de març.
- Expo Sports Outdoor (turisme actiu i esportiu), a Barcelona, del 9 al 10 de març.
- Sevatur (genèrica), a Sant Sebastià, del 9 a l'11 de març.
- Salon du Golf (turisme de golf), a París, del 10 al 12 de març.
- MITT (genèrica), a Moscou, del 13 al 15 de març.
- Salon du Golf (turisme de golf), a Lió, del 17 al 18 de març.

- Golf Fair Finland (turisme de golf i genèrica), a Hèlsinki, del 17 al 19 de març.
- Salon du Randonneur (Pirineus de Catalunya), a Lió, del 23 al 25 de març.
- Mercat del Ram (genèrica), a Vic, del 23 al 25 de març.
- UITT 2018 (genèrica), a Kíev, del 29 al 31 de març.
- Salon Nautique Port Camargue (ports esportius), a Port Camargue, del 30 de març al 2 d'abril.

Abril

- B-Travel Catalunya 2018 (genèrica), a Barcelona, del 20 al 22 d'abril.
- MYBA Charter Show 2018 (turisme de creuers), a Barcelona, del 23 al 26 d'abril.

Maig

- Expovacaciones 2018 (genèrica), a Bilbao, del 4 al 6 de maig.
- Connections Wellbeing (turisme de salut i benestar), a Blue Lagoon (Islàndia), del 6 al 9 de maig.
- IMEX (turisme MICE), a Frankfurt, del 15 al 17 de maig.
- ILTM Asia Pacific (turisme *premium*) a Singapur, del 21 al 24 de maig.
- Mercat d'Escapades de Catalunya a Barcelona, dates per determinar.

Juny

- Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show (turisme actiu i esportiu), a Girona, del 8 al 10 de juny.
- Arrels del Vi a Empúries.

Juliol

- Eurobike (turisme actiu), a Friedrichstafem (Alemanya), del 8 al 10 de juliol. Només agenda comercial; no hi tenim estand.

Agost

- Tournatur (turisme actiu), a Düsseldorf, del 31 d'agost al 2 de setembre.

Setembre

- 50 Plus Beurs (genèrica), a Utrecht, del 18 al 22 de setembre.
- Seatrade Europe (turisme de creuers), a Lisboa, del 19 al 20 de setembre.
- ILTM Americas (turisme de luxe), a Mèxic, del 25 al 28 de setembre.
- Monaco Yacht Show (turisme de creuers i iots), a Montecarlo, del 26 al 29 de setembre.
- Mostra de Vins i Caves de Catalunya (Ruta del Vi), a Barcelona, dates per determinar.

» Arrels del Vi a Barcelona.

» Pure Life Experiences (turisme de luxe), dates per determinar, viatge de prospecció.

Octubre

» Birmingham Dive Show (turisme actiu), a Birmingham, dates per confirmar.

» Mercat de Mercats (enogastronomia), a Barcelona, dates per determinar.

Novembre

» World Travel Market (genèrica), a Londres, dates per determinar.

» EMOTIONS (*Premium* multimercat), Barcelona 11 – 14 de novembre

» IBTM World (turisme MICE), a Barcelona, del 27 al 29 de novembre.

Desembre

» IGTM 2018 (turisme de golf), dates per determinar.

» ILTM Europe (turisme de luxe), a Canes, dates per determinar.

2. Desenvolupament *online*

L'estratègia on-line continua sent un element clau a l'hora de posicionar i donar suport a la comercialització dels diferents serveis turístics i les empreses del nostre sector. En aquest sentit, el Patronat intenta ser present en les diferents fases del cicle de compra del turista i, incidint en les fases de reconeixement de marca i generació d'interès, ser capaç de produir interès de compra i finalment fer que aquest consumidor sigui un dels principals creadors de continguts de la nostra destinació.

El patronat continuarà treballant intensament amb els creadors de continguts, ja sigui escrits o audiovisuals, amb l'objectiu de generar fiabilitat en els continguts i alhora arribar a l'audiència fidelitzada d'aquests influenciadors.

El Patronat començarà un nou projecte de web social, basat en principis d'inbound *marketing* per tal d'anar alimentant una base de dades per poder aplicar més endavant en un CRM de potencials visitants. També començarà a treballar en la millora de les bases de dades, així com en l'estructuració d'un CRM, i l'estructura de noves plantilles i millores per al web actual.

2.1 Webs

2.1.1 Planificació dels nous webs

- Desenvolupament de tecnologia i estructura del nou web turístic.
- Desenvolupament de la base de dades del nou web turístic.
- Definició, creació i cura de continguts per al nou web inspirador.
- Desenvolupament del nou web inspirador.
- Creació de nous continguts per al nou web i millora del seu posicionament.

2.1.2 Creació d'una nova central de reserves

- Desenvolupament i implementació d'una central de reserves pròpia de serveis turístics d'allotjaments, activitats i transports que ens ha d'ajudar d'una manera considerable en la comercialització de les nostres empreses turístiques.

2.1.3 Accions per a la captació de dades

» Creació de nous continguts per a la millora del posicionament del web (es farà la selecció de continguts tenint en compte els resultats de l'anàlisi de visites del portal i dels webs de la competència).

» Creació de nous continguts per nodrir les seccions principals del web, així com les seccions amb manca de continguts.

» Publicació de nous continguts de camins de ronda.

» Publicació de vídeos a les fitxes de platges.

» Distribució dels e-books de camins de ronda i fotografia dins les diferents seccions del web.

2.1.4 Accions per a la captació de dades

» Concursos a les xarxes socials per a l'obtenció de dades per a futures campanyes de màrqueting per correu electrònic.

» *Landing pages* per a la distribució d'e-books per a la captació de dades per a futures campanyes de màrqueting per correu electrònic.

2.1.5 Inbound *marketing*

» Campanyes d'*inbound marketing*.

» Creació de continguts per a les campanyes d'*inbound marketing*.

2.2 Comunicació 2.0

» Comunicació a través dels diferents canals de les xarxes socials.

» Campanyes per a l'increment del compromís i del nombre de seguidors a les xarxes socials.

» Campanyes per aconseguir la millora de trànsit al web a través de xarxes socials.

2.3 Participació en congressos i altres accions promocionals

» Participació en congressos internacionals i sessions de *networking* amb creadors de continguts (TBEX, Traverse, Social Travel Summit, World Travel Market, etc.).

2.4 Creació de continguts

2.4.1 Accions amb creadors de continguts

Durant l'any es duran a terme diferents projectes amb creadors de continguts. Es fomentarà la creació de continguts dels diferents productes i la seva publicació en diversos idiomes dels principals mercats emissors. Es potenciarà la creació de continguts de diferents formats com e-books, fotografies, vídeos, etc.

Els projectes tindran lloc durant tot l'any, i es poden destacar els següents:

- With Husband in Tow
- Hecktic Travels & Otts World
- Nordic Travel Bloggers
- #LoveCycling
- Accions amb *instagramers* i prescriptors en l'àmbit de Catalunya («Instagram your city»)
- Viatges de bloguers (*blog trips*) de turisme familiar (Saucepan Kids, Tots 100)
- Viatge de bloguers (blog trip) per al Sea Otter Europe Costa Brava Bike Show.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) de salut i benestar.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) d'*unique premium*.
- Viatges de bloguers (*blog trips*) de turisme inclusiu i sènior.

2.4.2 Accions de creació de continguts específics per a l'any de la cultura

Durant el 2018, i aprofitant la celebració de l'Any del Turisme Cultural, es fomentarà la creació de continguts sobre temes relacionats amb la cultura, entre els quals:

- Accions amb creadors de continguts de cultura.
- Google Arts & Culture.
- #EuroCultureTrip.
- *Blog trip Any de la Cultura*.
- *Blog trip Costa Brava Girona Festivals.*
- Mickela Mallozzi - Travel Bare Feet (dansa i música).
- Acció #MadeInCostaBrava.
- Acció #LifeInPyrenees.
- «Instagram your city» temàtics.

2.4.3 Creació de continguts audiovisuals

» Creació de continguts audiovisuals per promocionar els productes principals als mercats i segments prioritaris.

» Content Creators d'Outdoors amb Adventyr, de mercats nòrdics, per a surf, surf d'estel i submarinisme.

» Creació de continguts específics per al canal de YouTube amb l'objectiu d'incrementar el compromís.

» Creació de continguts audiovisuals adaptats a les noves tendències de Facebook.

» Websèrie *From the world to Costa Brava* (YouTube).

2.4.4 Creació de llibres digitals

Creació, publicació, distribució i promoció de llibres digitals de diferents temàtiques, entre els quals:

» *E-book Rutes dels Pirineus.*

» *E-book Wine tourism (With Husband in Tow).*

» *E-book Premium experiences.*

» *E-books* sobre turisme cultural (per determinar).

2.4.5 Altres

» Nou contracte de consultoria per a la Secretaria Tècnica del Departament de Comunicació *Online*.

2.5 Anàlisi de resultats i monitoratge

» Escolta activa i monitoratge de les marques Costa Brava i Pirineu de Girona, així com d'esdeveniments específics.

» Anàlisi dels resultats del monitoratge i de les visites als webs per millorar-ne el funcionament.

3. Suport a les destinacions

3.1 Jornades - Reunions de treball

Des del Patronat valorem molt positivament informar el sector de totes les novetats i dels projectes en els quals treballem.

En aquest sentit, proposem per al 2018:

- Organització d'una jornada de formació de novetats de la destinació per a directors i tècnics de les diferents oficines de turisme de les comarques gironines.
- Elaboració del calendari de reunions de la comissió assessora del president, del Consell Assessor General, del Consell d'Administració i de la Junta General d'Accionistes del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, veritables òrgans de participació de l'empresariat turístic gironí.
- Organització de taules de treball i comitès executius dels diferents clubs de màrqueting de producte del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, amb l'objectiu de fer un millor seguiment de la tasca promocional i de gestió, i celebració de les assemblees corresponents de tots els clubs de producte per controlar i validar la feina de tots plegats.
- Seguiment de les reunions de coordinació entre la Direcció del Patronat i els tècnics de Turisme dels vuit consells comarcals gironins.
- Organització d'una jornada semestral de treball amb tècnics del Patronat de Turisme Costa Brava Girona i els responsables de les oficines de turisme de comarques gironines, siguin de consells comarcals o d'ajuntaments, amb l'objectiu de millorar la coordinació i fer un seguiment del compliment del pla d'accions i objectius, elaborat anualment de manera conjunta.
- Organització de sessions de *networking* entre els tècnics turístics dels consells comarcals gironins i els tècnics de les oficines de turisme dels ajuntaments de la demarcació per buscar una coordinació més bona entre tots.
- Participació en les reunions del Consell d'Administració del Museu Memorial de l'Exili (MUME).
- Participació en el jurat dels Premis de Turisme Climent Guitart.
- Col·laboració amb la nova Fundació Climent Guitart.

» Participació en el jurat de la beca Xiquet Sabater.

» Col·laboració en els actes, les jornades i les conferències que organitzi la Fundació Jordi Comas i Matamala.

3.2 Convenis amb associacions empresarials

És objectiu del Patronat donar continuïtat als convenis anuals establerts amb les diferents associacions turístiques de les comarques gironines, a fi d'ajudar en la promoció diversa del nostre territori. Cal pactar sempre les accions que es duran a terme, que han de concordar amb les aprovades en el pla d'accions i objectius anual del Patronat.

És un objectiu de la nostra institució renovar els convenis amb:

» La Federació d'Hostaleria de les Comarques Gironines.

» L'Associació de Càmpings de Girona.

» L'Associació Turística d'Apartaments.

» L'Associació de Turisme Rural Girona.

També, per qüestions especials, es podran establir convenis amb altres associacions més sectorials o contractes de patrocini per a esdeveniments que es puguin organitzar puntualment.

3.3 Tourism Data System

El 2017 ha estat un exercici amb una millor consolidació del Tourism Data System (TDS), el sistema d'informació únic de referència per valorar l'ocupació turística i que ens ha de servir a tots, en un futur proper, per disposar de dades d'ocupació real de la nostra destinació, segmentades en vuit àrees concretes.

És una eina fonamental per gestionar degudament la promoció, i necessitem la implicació total del sector. Per això tornarem a fer reunions sectorials, per buscar la implicació del màxim nombre d'establiments d'allotjament i ampliar la mostra actual. Es contractarà un comercial que visiti personalment els empresaris per tal de dotar el sistema del volum necessari d'allotjaments i consolidar de manera definitiva el projecte. Sense aquesta implicació no tindrem les dades al nivell desitjable.

El 2018, conjuntament amb la resta de patronats i ens de turisme catalans, així com amb la implicació total de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya, s'intentarà establir de manera definitiva un sistema de cessió de dades al Sistema d'Informació i Intel·ligència Turística de Catalunya (SIITC) de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya. En aquests moments ja s'està treballant en l'àmbit de la planificació i les taules de treball de les parts implicades d'aquest sistema, que segur que ens aportarà beneficis futurs en general.

3.4 Programa de formació 360º

Continuarem, un any més, el programa de formació 360°, per al foment de la formació contínua i el *networking* entre els professionals del sector turístic, tant l'empresariat com les institucions de promoció locals i comarcals, amb jornades i tallers de temàtica diversa.

Entre els continguts que es tractaran aquest 2018, destaquem les sessions ja descrites anteriorment dins el pla d'accions dels diferents clubs de producte del Patronat, en què es remarquen especialment els temes culturals. També es programaran noves sessions a partir dels suggeriments del sector i les novetats que es produeixin.

» Entre les principals sessions ja definides, destaquem:

- Jornada de comercialització de productes culturals.
- Jornada *d'storytelling* i *naming* en turisme cultural.
- Jornada de cultura, enfocada a vincular la cultura com a element distintiu de l'oferta turística de la Costa Brava i el Pirineu de Girona.
- «Estratègia per augmentar les reserves directes a través del web: com competir amb els motors de reserves *online*».
- Segona edició del Visitors Payback.
- Sessió de bones pràctiques en allotjaments de senderisme i cicloturisme.
- «LinkedIn: com treure-li el màxim rendiment».
- Jornada sobre comercialització de producte.
- «Com atendre un *workshop*, un *fam trip* o un *press trip* d'enogastronomia».
- «Gastronomia i enoturisme: guanyar visibilitat amb el màrqueting i la comunicació 2.0».
- Segon nivell del curs «English for wine tasting», de la Ruta del Vi DO Empordà.
- Jornada de noves tendències en les activitats nàutiques.
- Taller específic de turisme de creuers.
- «Com integrar l'RSC (responsabilitat civil corporativa) en el producte MICE del teu negoci».
- Jornada sobre imatge corporativa i perfil de clients premium.
- Coneixement de mercats de turisme esportiu.

» Continuarem amb el conveni de col·laboració amb la Fundació Bancària "la Caixa", d'ajut econòmic per al programa de formació 360° del Patronat.

3.5 Altres

» Tornarem a signar el conveni anual amb Renfe, principalment per obtenir descomptes en els bitllets d'AVE per als assistents a grans esdeveniments o accions que s'organitzin en comarques gironines.

» Col·laborarem i durem a terme accions promocionals amb la Société Nationale des Chemins de Fer Français (SCNF), comercialitzadora del tren de gran velocitat francès.

» Seguirem donant suport econòmic, per un import de dos-cents mil euros, al Pla de Reconversió de la Destinació Turística de Lloret de Mar, a més de formar part de la taula de treball de seguiment de les accions. Ho farem conjuntament amb la Diputació de Girona, la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya, la taula empresarial de Lloret de Mar i el mateix Ajuntament de Lloret.

» Tornarem a confeccionar el calendari de vacances escolars dels principals mercats emissors.

» Tornarem a realitzar contractes i campanyes de comàrqueting amb els principals operadors *online*, com:

- Tripadvisor
- Minube
- Lastminute

4. Lideratge Turístic de les comarques de Girona

4.1 Oficina de Turisme de l'Aeroport Girona - Costa Brava

Procedirem al manteniment de l'Oficina d'Informació Turística de l'Aeroport de Girona - Costa Brava, la gestió de la qual el Patronat comparteix amb la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya. Aquest 2017 ha estat el primer exercici, des de fa cinc anys, en què ha crescut el passatge comercial, per la qual cosa també s'ha incrementat el nombre de consultes realitzades a l'oficina. Ateses les previsions de creixement per al 2018, mantindrem l'organigrama actual de gestió, que és compost per tres treballadors, amb el suport de becaris de turisme, mitjançant un conveni amb la Universitat de Girona.

També continuarem contractant els treballs de manteniment del sistema de gestió de qualitat de l'oficina amb la realització d'una auditoria interna de comprovació de la implementació dels requisits establerts per la Norma UNE-ISO 14785, previs a l'auditoria de renovació de la «Q» de qualitat turística que atorga l'Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

4.2 Memòria anual del Patronat

» Continuarem elaborant de manera *online* la memòria anual del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, adreçada al sector turístic.

4.3 Departament de premsa del Patronat

» Continuarem elaborant el butlletí electrònic mensual de la Costa Brava i el Pirineu de Girona, adreçat a professionals del sector turístic català, espanyol i internacional, amb més de 2.700 contactes controlats a la base de dades.

» Farem un nou contracte de consultoria de suport del Departament de Premsa i Comunicació.

» Elaborarem el manual per a professionals dels mitjans de comunicació, amb les novetats de l'oferta turística de la Costa Brava i el Pirineu de Girona del 2018.

» Convocarem els Premis G! 2018 i organitzarem les sessions del jurat.

» Continuarem amb el conveni de col·laboració amb la Fundació Bancària "la Caixa" per dotar econòmicament els Premis G! 2018.

» Donarem suport a l'organització de presentacions a premsa de novetats turístiques que puguin sorgir durant l'any.

» Analitzarem diàriament les notícies nacionals i internacionals que puguin afectar a la nostra destinació.

» Planificarem, organitzarem i gestionarem els diferents viatges de premsa genèrics que s'organitzen al territori durant l'any.

» Durem a terme millores i actualitzacions a la sala de premsa del web del Patronat, destinada a periodistes i creadors de continguts.

» Durem a terme tasques de gestió i manteniment del web dels Premis G!.

» Generarem continguts informatius (comercials i corporatius) regularment per facilitar la feina dels mitjans de comunicació.

» Organitzarem rodes de premsa d'activitats organitzades directament per la nostra institució. Les més representatives són:

- Presentació del PAO a la premsa gironina.
- Presentació del festival Vívid, a Girona i Barcelona
- Presentació de l'Ennatura't, a Girona i Barcelona.
- Presentació de la Temporada de Creuers 2018, en un lloc encara per determinar.
- Presentació del Som Cultura 2018, a Girona i Barcelona.

» També col·laborem activament amb altres presentacions a mitjans de comunicació que duen a terme els mateixos organitzadors dels esdeveniments i en què el Patronat té un paper de patrocinador principal o destacat. Les més importants són:

- Festival Sons del Món.
- MIC Football - Bàsquet 2018.
- Campionat del Món de Windsurf.
- II Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show.
- Festival Temporada Alta.
- Festival Internacional del Circ Elefant d'Or.
- Girocàmping 2018.
- Festival Internacional de Música Castell de Peralada.

4.5 Premis G! 2018

Els Premis G! van ser concebuts, ara ja fa dotze anys, per reconèixer i premiar la trajectòria professional empresarial dels professionals turístics gironins, amb els premis honorífics Josep Pujol i Xiquet Sabater; també per estimular la difusió dels recursos i els atractius turístics a través del concurs periodístic, amb els Premis G! de comunicació, i, alhora, per incentivar la recerca turística, amb el Premi Yvette Barbaza.

Posteriorment es va crear el Premi Especial Jordi Comas i Matamala, en reconeixement del projecte o tasca singular dut a terme per una persona o entitat en benefici del sector turístic de les comarques de Girona.

I en l'edició del 2015 s'hi va incorporar el Premi G! Juli Soler i Lobo, per premiar la tasca en l'àmbit gastronòmic.

En l'edició del 2018 el president hi vol incorporar el Premi G! Ambaixadors, dirigit a persones, institucions, associacions, empreses i altres entitats que, no sent partícips directament del món turístic gironí, hagin aportat, gràcies al seu treball, una projecció molt important del nostre territori a escala nacional i/o internacional.

La data de celebració de la Gala dels Premis G! 2018 serà el dijous 13 de desembre de 2018.

4.6 Membres de l'Associació per a la Promoció i el Desenvolupament de les Comarques Gironines (AGI)

Continuarem impulsant les actuacions vinculades amb l'expansió de l'Aeroport de Girona - Costa Brava, en la nostra condició de membres de ple dret de l'Associació per a la Promoció i el Desenvolupament de les Comarques Gironines (AGi) des del novembre del 2011, per tal d'aportar el coneixement necessari en la presa de decisions en matèria de màrqueting turístic.

Aquest 2017 ha estat l'exercici de la reversió a l'alça del passatge comercial de l'Aeroport de Girona - Costa Brava, després de cinc anys de fortes davallades.

Per al 2018 tenim confirmats vols que connecten Girona amb quaranta-cinc ciutats, principalment de la resta d'Europa. S'ha arribat a acords amb diferents companyies aèries, que són les que operen en aquestes quaranta-cinc destinacions: Ryanair, Jetairfly, Rainbow, Transavia, Pobeda Airlines, Thomas Cook i TUI.

Les ciutats de mercats interessants per a la nostra demarcació són:

1. Cork
2. Knock
3. Dublín
4. Belfast
5. Glasgow
6. Edimburg
7. Newcastle

8. Leeds
9. Manchester
10. Liverpool
11. Birmingham
12. Bristol
13. Bornemouth
14. East Midlands
15. Londres Stansted
16. Londres Luton
17. Brussel·les
18. París
19. Amsterdam
20. Rotterdam
21. Eindhoven
22. Maastricht
23. Düsseldorf
24. Frankfurt
25. Baden
26. Bremen
27. Billund
28. Memmingen
29. Pisa
30. Pescara
31. Càller
32. Trapani
33. Malta
34. Oradea
35. Bratislava
36. Cracòvia
37. Katowice
38. Wroclaw
39. Varsòvia
40. Poznan
41. Gdansk
42. Riga
43. Tallin
44. Sant Petersburg
45. Moscou

4.7 Membres de l'Agència Catalana de Turisme

Continuarem treballant intensament per tal de millorar la coordinació entre la nostra institució, l'Agència Catalana de Turisme i la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya.

Proposem les accions següents:

- Assistirem a les reunions del Consell de Direcció de l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de Catalunya.
- Assistirem a les diferents taules de treball i de seguiment dels diferents productes que organitzi l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de Catalunya, com ara:
  - Catalunya Convention Bureau.
  - Taula de l'Enoturisme de Catalunya.
  - Taula de l'Ecoturisme de Catalunya.
  - Taula de marques i segells de Catalunya.
  - Pla operatiu de reconversió de Lloret de Mar.
  - Programa «Pirineus».
  - Pla de Màrqueting de Catalunya.
- Assistirem a les reunions del programa «Pirineus», com a socis de l'esmentat programa, per tal d'identificar un pla d'accions i objectius específic d'aquesta marca i fer-ne el seguiment degut.
- Signarem el Conveni d'accions bilaterals 2018, amb l'Agència Catalana de Turisme, amb una aportació total de 228.456 euros, que engloba totes les accions bilaterals conjuntes i l'aportació al programa «Pirineus» de Catalunya.
- Signarem el Conveni de col·laboració entre el Patronat de Turisme Costa Brava Girona i la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya 2018, per al funcionament de l'Oficina d'Atenció Turística de l'Aeroport de Girona - Costa Brava, amb una aportació del 50 % del pressupost per a cadascuna de les institucions.
- Signarem l'acord de cessió de les dades del TDS al SIITC de la Direcció General de Turisme de la Generalitat de Catalunya.
- Durem un seguiment de les reunions amb tots els patronats turístics i marques turístiques de Catalunya, amb els responsables de l'Agència Catalana de Turisme, per coordinar molt millor els plans d'accions anuals.
- Assistirem a les reunions de la taula de treball del Pla de Reconversió de la Destinació Turística de Lloret de Mar.
- Moltes de les accions a mercats exteriors plantejades en el present Pla d'Accions i Objectius 2018 han estat preparades i treballades conjuntament amb l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de

Catalunya, concretament amb els directors dels diferents centres de promoció turística que la Generalitat de Catalunya té arreu del món.

» Amb el coneixement de les direccions de l'Agència Catalana de Turisme, i de la mateixa Direcció General de Turisme, seguirem els contactes amb els directors i/o responsables dels centres de promoció turística a l'exterior per tal de planificar aquest mateix pla d'accions i poder estar amatents a les novetats que puguin sorgir als mercats prioritaris per a la nostra destinació. Els centres de promoció turística amb els quals estarem en contacte permanent són:

- CPT Benelux
- CPT Països Nòrdics
- CPT Regne Unit i Irlanda
- CPT Europa Central
- CPT Itàlia i Israel
- CPT Europa de l'Est
- CPT Xina
- CPT Nord-amèrica
- CPT Sud-est Asiàtic
- CPT França

4.8 Membres del programa «Pirineus»

Com a socis del programa «Pirineus», gestionat per l'Agència Catalana de Turisme de la Generalitat de Catalunya i al qual el 2018 farem una aportació econòmica de 103.000 euros com a Patronat de Turisme Costa Brava Girona, hem treballat en la confecció del programa d'accions que determinem entre tots els socis, alhora que hem dut a terme una acció promocional exclusiva de l'oferta de muntanya, estacions d'esquí i interior.

En el moment de confecció d'aquest PAO està previst el següent:

» Els mercats prioritaris per al 2018 són:

- Nivell 1: França, Israel i Alemanya.
- Nivell 2: el Regne Unit, Països Baixos i Portugal.

» Les fires a les quals s'assistirà són:

- Fahrrad & Erlebnis Reisen, a Stuttgart, del 13 al 14 de gener.
- FITUR, a Madrid, del 17 al 21 de gener.
- Bergsportdag, a Utrecht, el 29 de gener.
- IMTM, a Tel-Avi, del 6 al 7 de febrer.
- Fiets & Wandelbeuers, a Utrecht, del 2 al 4 de març.
- Salon du Randonneur, a Lió, del 24 al 26 de març.

- Presentació de l'equip Salomon Espanya 2018, del 18 al 22 d'abril.
- Viatge de premsa (*press trip*) de Bever Magazine, a la primavera.
- Viatge de premsa (*press trip*) per l'Ultra Pirineu 2018, el 29 de setembre.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) per a deu venedors de l'equip de Pharos Reisen.
- Patrocini de l'Orbea Cadí Challenge 2018, del 9 al 10 de juny.
- Acords de col·laboració amb Núria Picas.
- Acció a carrer, tipus village, a França.
- Acció comercial amb Turisme Rural, al diari Le Figaro.
- Creació de web propi per al mercat israelià.
- Esmorzar i presentació de la marca Pirineus de Catalunya a Tel-Aviv.
- Pla de mitjans per al mercat alemany.
- Viatge de premsa (*press trip*) de turisme rural i cultural, dirigit al mercat alemany.
- Acció comercial *online* per al mercat del Regne Unit.
- Tast of Catalonia, a Londres.
- Viatge de familiarització (*fam trip*) de neu, dirigit al mercat del Regne Unit.
- Presentació de la marca Pirineus de Catalunya i sopar, dirigits al mercat estatal.
- Viatge de bloguer (blog trip) de Paco Nadal per confeccionar vídeos experiencials de territori.
- Viatges de premsa (*press trips*) de Grandes Espacios.
- Accions diverses a Portugal.
- Col·laboració amb el Gastropirineus 2018.

4.9 Col·laboració amb la Facultat de Turisme de la UdG

El 2018 continuarem apostant pels acords de col·laboració puntual amb la Facultat de Turisme de la Universitat de Girona. Entenem que aquesta col·laboració és molt important per l'alta qualitat de l'ensenyament i la investigació d'aquesta facultat.

A més de seguir treballant en els diferents convenis de col·laboració que puguin sorgir, el 2018 serà un any en el qual la Universitat de Girona ens ha d'ajudar d'una manera explícita en les accions que s'organitzin per l'Any del Turisme Cultural, així com en el desenvolupament de l'estudi dels principals atractius de les comarques de Girona.

4.10 Estudis d'impacte econòmic

Els estudis d'impacte econòmic ens han de servir per mesurar la repercussió i els beneficis de les aportacions econòmiques del Patronat en l'organització de diferents esdeveniments que tenen lloc a la nostra demarcació durant l'any. Tot i que sempre hem intentat, des dels diferents òrgans de govern de la institució, estar al costat dels esdeveniments que sabem del cert que generen un gran impacte econòmic al conjunt de la destinació, només en comptades ocasions s'han encarregat estudis per mesurar aquests resultats.

Per aquests motius, per primera vegada farem les contractacions necessàries per dur a terme estudis d'impacte econòmic de diferents esdeveniments que tenen lloc a la nostra demarcació i en els quals el Patronat de Turisme Costa Brava Girona i la Diputació de Girona fan aportacions econòmiques de certa importància. En aquest primer exercici, i com a mínim, farem estudis de:

- II Sea Otter Europe Costa Brava Girona Bike Show.
- 7è Festival Internacional del Circ Elefant d'Or Ciutat de Girona.
- MIC Football - Basketball 2018.

Pla d'Accions i Objectius 2018

www.costabrava.org
www.pirineugirona.org
www.trade.costabrava.org

Costa Brava Pirineu de Girona

CATALUNYA

Diputació de Girona

G!rona Patronat de Turisme Costa Brava Girona